



Instituto Politécnico de Tomar

Escola Superior de Tecnologia de Tomar

Lisa Joséé Moreira Resende

TIPOS NA WEB

Relatório de Estágio

Orientado por:

Dr. Luís Filipe Cunha Moreira, IPT

Relatório de Estágio
apresentado ao Instituto Politécnico de Tomar
para cumprimento dos requisitos necessários
à obtenção do grau de Mestre
em Design Editorial

*Por opção do autor, o presente documento escrito,
não segue as normas do novo Acordo Ortográfico*

I.

Resumo

Relatório de estágio

Serve o presente relatório de estágio para apresentar a experiência de integrar uma equipa de design profissional, num período correspondente a 6 meses, equipa essa que forma a empresa UTD, situada em Tomar, especializada em web design.

Pretendo fazer uma pequena descrição tanto da empresa como do trabalho executado, e assim demonstrar também as várias áreas dentro do design, em que o design editorial em específico tem um papel decisivo na apresentação final de um produto.

Numa segunda parte serve este relatório para apresentar o tema que achei oportuno desenvolver, tendo como base o trabalho que realizei no estágio e que tem como nome “Tipos na Web”. Iniciarei por recuar um pouco até ao início da Tipografia, técnica concebida por Johannes Gutenberg até chegar aos “tipos na web”. Irá estar também transcrita uma entrevista feita em exclusivo para este relatório, com alguém fundamental neste tema.

Pretendo deste modo revelar um pouco esta parte da tipografia, que me parece um pouco escondida, tanto aos olhos dos leitores, como de todos os utilizadores de conteúdos digitais e perceber o que, de facto, a diferencia da tipografia “comum”.

Palavras-Chave:

estágio curricular; design editorial; web design; tipografia; web fonts

I. Abstract

Internship report

This report is used to present the experience of integrating a professional design team, in a period corresponding to 6 months, the team that forms the company UTD, located in Tomar, specializing in web design.

I intend to give a brief description of both the company and the work performed, and also demonstrate the various areas within the design, where the specific publishing design plays a decisive role in the final presentation of a product.

In a second part, this report is used to present the theme that I think it is appropriate to develop, based on the work that I carried out at the internship, which is called “Types on the Web”. I’ll start by going back a bit to the beginning of Typography, technique designed by Johannes Gutenberg to get to the “types on the web”.

It will also be transcribed an interview made exclusively for this report, with someone fundamental in this subject. In this way I intend to reveal a bit of this part of the typography, which seems to me a bit hidden, both in the eyes of the readers and of all the users of digital contents and to perceive what, in fact, differentiates it from the “common” typography.

Key words:

internship; publishing design; web design; typography; web fonts

II.

Agradecimentos

Reconhecimento a todo o apoio recebido, até ao fim de mais uma etapa

A realização deste Relatório, contou com importantes apoios e incentivos sem os quais não seria possível chegar à “meta” deste percurso de aprendizagem e formação, a quem estarei eternamente grata.

Aos docentes que integraram o programa curricular do Mestrado em Design Editorial, no Instituto Politécnico de Tomar, correspondentes aos anos lectivos 2016/2017 e 2017/2018. Agradeço por toda a formação/aprendizagem que me foi dado, sem a formação de todos seria impossível chegar ao fim deste relatório.

Ao Professor Dr. Luís Filipe Cunha Moreira, pela sua orientação, e total apoio, disponibilidade, pelo saber que transmitiu, pelas opiniões e críticas, total colaboração ao solucionar dúvidas e problemas que foram surgindo ao longo da realização deste trabalho e por todas as palavras de incentivo.

A toda a equipa UTD, pelo carinho e pela integração na equipa: João Rabaça, João Salvador, João Ferreira e Bruno Gomes, que sempre demonstraram preocupação e estiveram sempre dispostos a tirar as dúvidas que iam surgindo. A todos um grande agradecimento por todo o ensinamento e orientação que me foi transmitido.

Ao Dave Crossland, que aceitou realizar a entrevista apresentada neste documento, que foi algo muito importante neste trabalho.

A alguém muito especial, de nome João Miguel Alves Tapadas, que sempre me incentivou a terminar este documento escrito, nas datas pretendidas e a não deixar para o ano lectivo seguinte ou mesmo não terminar o mesmo, sendo que esta ideia por vezes me surgia em pensamento.

Por último, tendo completa consciência que sozinha nada disto seria possível, dirijo um agradecimento especial aos meus pais, por serem modelos de coragem, pelo seu apoio incondicional, incentivo e paciência demonstrados e ajuda na superação dos obstáculos que ao longo desta caminhada foram surgindo.

Índice

I. RESUMO	VII
I. ABSTRACT	IX
II. AGRADECIMENTOS	X

INTRODUÇÃO	17	2.1. Surgimento da informática	55
		2.2. Usabilidade de fontes	57
PARTE I - RELATÓRIO DE ESTÁGIO	20	2.3. Tipografia Digital	58
1. Empresa de Acolhimento	23	2.4. Como chegar a uma web font	59
2. Experiência de Estágio	25	2.5. Georgia e Verdana	62
2.1. Avenças	26	2.6. Nos diferentes idiomas	64
2.2. Web Design	32	2.7. Open Type	65
2.3. Design Editorial/Gráfico	38	2.8. Optimização	67
		3. Print vs Web	69
PARTE II - TIPOS NA WEB	42	Dave Crossland	74
1. Tipografia	45	4. Melhores Web Fonts	80
1.1. Tipos Móveis	48	5. Google Web Fonts	82
1.2. Revolução Industrial	49		
1.3. Desenho das letras	50	Conclusão	86
Mas afinal como é que as palavras chegam ao ecrã?!	52	Referências Bibliográficas	88
2. Web Fonts	54	Anexos	92

ooo

Índice de Figuras

Fig. 1 Logótipo, UTD - untitled comunicação e marketing.	23	Fig. 23 Demonstração em mockup, das folhas individuais, para a apresentação de cada marca vendida pela Panorama Dirnk's	43
Fig. 2 Logótipo, ARAL S.A.	27	Fig. 24 Monge Copista, no seu escritório.	45
Fig. 3 Post para a rede social, Facebook.	27	Fig. 25 Johannes Gensfleisch zur Laden zum Gutenberg.	46
Fig. 4 Post para a rede social, Facebook.	27	Fig. 26 Página da <i>Bíblia de 42 linhas</i> , impresso por Johannes Gensfleisch	47
Fig. 5 Newsletter Mensal, Janeiro 2018.	28	Fig. 27 Fases para o processo para a criação final de um Tipo.	48
Fig. 6 Logótipo, Daflori	28	Fig. 28 Máquinas de linótipo e respectivos linotipistas (operadores).	49
Fig. 7 Post para a rede social, Facebook.	29	Fig. 29 Impressão de Aristotle impresso por Aldus Manutius.	51
Fig. 8 Post para a rede social, Facebook.	29	Fig. 30 Peter Bil'ak.	58
Fig. 9 Curiosidade, imagem rede social, Facebook.	29	Fig. 31 Olivier Reichenstein	59
Fig. 10 Logótipo, Kebab do Oriente.	29	Fig. 32 Imagem ilustrativa de importância do hinting na nitidez dos caracteres	61
Fig. 11 Post para a rede social, Facebook (Esq.) e Instagram (Dir.).	30	Fig. 33 Imagem ilustrativa do efeito de anti-aliasing.	62
Fig. 12 Newsletter Mensal, Janeiro 2018.	30	Fig. 34 Matthew carter.	63
Fig. 13 Post para a rede social, Facebook.	31	Fig. 35 Exemplo da mesma família tipográfica com características semelhantes, nos alfabetos grego e o cirílico, onde se mantém proporções de largura e altura.	65
Fig. 14 Demonstração em mockup, do microsite OHLINDA, nas diversas plataformas digitais.	33	Fig. 36 Armadilhas de tinta no Bell Centennial de Matthew Carter.	70
Fig. 15 Demonstração em mockup, do microsite Verão na Matinha, nas diversas plataformas digitais.	34	Fig. 37 Comparação dos tamanhos de tipo de letra	70
Fig. 16 Demonstração em mockup, do microsite Berlenga Live, nas diversas plataformas digitais.	35	Fig. 38 Comparação entre Miller e Georgia	70
Fig. 17 Demonstração em mockup, do microsite 9ET, nas diversas plataformas digitais.	36		
Fig. 18 Esquema de organização do flyer.	39		
Fig. 19 Demonstração em mockup, do flyer da Diaco.	39		
Fig. 20 Esquema de organização da carta.	40		
Fig. 21 Documento final para impressão, carta Doçaria Estrelas de Tomar	41		
Fig. 22 Peça real finalizada	41		

ooo

Introdução

Apresentação dos conteúdos tratados no presente documento.

Enquanto estudantes/profissionais na matéria do design, e em especial do design editorial, surgem-nos várias questões “Os leitores sabem quem somos? Sabem qual o nosso trabalho? Sabem que aquilo que lêem, e a forma como lêem, é fruto do nosso trabalho?”.

A verdade é que passa ao lado de quem por exemplo lê um livro, quer seja este impresso ou digital, o trabalho de pesquisa que é feito para que o resultado final seja de qualidade e que corresponda aos objectivos de cada leitor. O design editorial, a tipografia, está sempre presente no dia-a-dia, nos dias de hoje é nos apresentado também e em grande parte, de forma digital, nos telemóveis, nos tablets, nos computadores, na televisão, entre tantos outros dispositivos digitais. É neste último ponto que me irei focar no desenrolar deste relatório, “Tipos na Web”, a forma digital da tipografia.

O presente documento escrito, está composto por duas partes que formam o relatório de estágio, correspondente ao Mestrado em Design Editorial, Escola Superior de Tecnologia de Tomar - IPT.

Podemos deste modo intitular a primeira parte deste documento como Experiência de Estágio. Descreve-se a empresa que me acolheu durante um período de 6 meses, de estágio curricular, UTD. De seguida refere-se quais as suas actividades profissionais, assim como os trabalhos e os projectos que tive oportunidade de realizar, durante este período. Revela-se, no fundo, a minha experiência ao trabalhar ao lado de profissionais na área, e de que forma me passaram ensinamentos, dicas e ideias, muitíssimo úteis para o meu futuro enquanto profissional.

Para concluir esta primeira parte irei descrever como os trabalhos executados no estágio curricular tiveram influência no que virá a ser o tema da segunda parte deste documento.

Portanto, a segunda parte, diz respeito ao tema intitulado de “Tipos na Web”, ou seja, tipos de letra adequados para a utilização em suportes digitais. Sendo este tema foi um dos aspectos que tive de ter em conta nas minhas actividades de estágio curricular, penso que será de relevância, investigar e aprofundar os meus conhecimentos acerca deste tema, não apenas para aprendizagem a nível pessoal como também para um futuro profissional.

Tendo em conta os grandes avanços que ocorrem todos os dias, no mundo digital, e a aparente facilidade com que se pode adquirir tanto livros como revistas digitais, este tema parece-me bastante actual e que terá cada vez mais impacto e relevância.

Resumindo, pretendo que olhemos de forma diferente para a Tipografia, melhor dizendo, ter a noção das duas vertentes existentes, uma a vertente impressa e outra a vertente digital, métodos de utilização com características diferentes.

Sendo a tipografia uma disciplina histórica cujo exercício envolve uma abundância de normas rigorosas, quando a tipografia passa a ser digital, os leitores alteram também os parâmetros de representação visual de acordo com novas necessidades e preferências.

Para chegar a este fim, irei percorrer algumas partes da história, iniciando por Gutenberg e a sua grande invenção, aquela que fez nascer a arte da Tipografia.

Apresento, também uma entrevista que será exclusiva para o presente Relatório, em questão falo de Dave Crossland, alguém fundamental para questionar acerca deste tema, e do seu trabalho.



Typography is very subminimal. When we're reading, we read the content; and it's actually difficult to see the typography itself, because you focus so much on the content.

Dave Crossland



PARTIE



Relatório de Estágio

Estágio Curricular - Mestrado Design Editorial

1. Empresa de Acolhimento

UTD - Untitled Comunicação e Marketing

🌐 www.uta.pt

📌 @UTD.untitledteam

📷 utd_creative_studio

A UTD, é uma empresa de comunicação e marketing, localiza-se no centro da cidade de Tomar e a sua criação deu-se em 2011 em sociedade com Grupo Mateus.

A UTD, foi criada no ano de 2011 em sociedade com o Grupo Mateus. A empresa teve como objectivo dar total suporte no desenvolvimento das empresas pertencentes ao Grupo, na formação de métodos de comunicação e resultados a nível gráfico.

Iniciaram com trabalhos para projectos de marcas como Licor Beirão, Stara, e também de entidades como Câmaras Municipais de Tomar e Almodôvar, entre outros.

Esta empresa com uma equipa multidisciplinar, formada por quatro elementos fixos, alguns estagiários curriculares que por lá vão passando, e sem esquecer da companhia de quatro patas, um Setter Irlandês Vermelho, que ajuda a relaxar em momentos de maior tensão e stress. Esta empresa tem o poder de dar resposta aos mais variados projectos e necessidades dos seus clientes, estes projectos são desenvolvidos para as mais diversas áreas, como para a hotelaria, restauração, distribuição, imobiliário, entre muitos outros.



Fig. 1 Logótipo, UTD - untitled comunicação e marketing

Grupo Mateus, foi uma empresa de referência na região centro com destaque na construção civil, especializada e com maior desenvolvimento em obras como centros comerciais, condomínios, pavilhões, etc. Foi parceira na construção e na administração de 2 grandes negócios, na Stockash e na ÁMS, deixando a construção civil e dedicando-se mais a esses 2 negócios principalmente, e à venda de apartamentos de luxo no Algarve e Torres Novas.

A filosofia desta jovem empresa, não é nada mais, nada menos do que:

*Esforçamo-nos diariamente, por fazer mais e melhor,
sempre de forma criativa, UTD*

Esta equipa, trabalha para a criação de soluções que vão desde um conceito de imagem até à sua divulgação, ou seja, estratégias que vão desde a formação de campanhas de comunicação, utilizando a web, edição de vídeo, criação de brindes, e até decoração de espaços, publicidades, entre outros.

Para além de todo o empenho e responsabilidade necessário em cada um dos projectos em desenvolvimento e a desenvolver, fazem questão de conhecer os seus clientes, e criar um bom ambiente entre ambas as partes, isto é, permitem que o cliente acompanhe e esteja a par de todos os avanços/progressos, do seu “produto”, até ao produto final.

Têm diversos focos, desde o vídeo, web design, design gráfico, design corporativo / identidade, design editorial e soluções de marketing integradas.

Criamos soluções, Originalidade, criatividade, dinâmica, persistência e mesmo teimosia são as características que temos à sua disposição., UTD



2.

Experiência de Estágio

Interacção, desempenho, actividade

Estágio curricular, respectivo ao Mestrado em Design Editorial, teve início no dia 9 de Outubro de 2017.

Chegada neste primeiro dia, foi altura de me ser apresentada a equipa e o espaço. Após essa primeira apresentação, e já instalada pronta para trabalhar, foram-me dados antigos trabalhos para perceber estilos gráficos tal como para servir de base para futuros trabalhos, foram-me também passados diversos materiais respectivos a vários clientes, como por exemplo logótipos, fotografias, fontes tipográficas, entre outros. Outro elemento que me foi também fornecido, foi uma pasta com diversas fontes, tanto compradas, como free fonts, inclusive uma pasta de fontes para web. Deram-me também a conhecer alguns links de sites onde poderia procurar inspiração, tutoriais, entre outras questões.

Alguns exemplos dos sites:
onepagelove.com
w3layouts.com
themeforest.net
sitesee.co
siteinspire.com

À medida que fui realizando e apresentando os trabalhos que me iam sendo propostos, a evolução/complexidade e rigor dos mesmos, foi também evoluindo. Iniciei por fazer pequenos trabalhos como os posts para as redes sociais, dos variados clientes até ao desenvolvimento de trabalhos na área do *web design*. Nesta área o trabalho principal era estrutura gráfica dos chamados *microsites*, mais um dos serviços bastante procurados por diversas empresas, para a divulgação dos seus serviços/produtos.

Microsite, “criamos uma página de Internet simples que permita da melhor forma, representar e comunicar as suas ideias, produtos ou serviços. O micro-site é pensado, criado, adaptado e desenvolvido às ideias de cada cliente, de forma personalizada, em que cada caso é um caso.” UTD

Foi nesta fase que iniciei a utilização de *web fonts*, e assim a curiosidade pelo estudo desta temática.

Desenvolvi alguns layouts para as mais diversas áreas empresariais, desde empresas de construção, pastelarias, hotéis, entre outros.

Outros trabalhos realizados passaram, pelo desenvolvimento de flyers, menus, vouchers, logótipos, um pouco de tudo dentro do que é o Design Gráfico e Editorial.

Posso dizer que durante todo o percurso de estágio, estive em permanente contacto com o que era suposto e pretendido de um estágio referente a um mestrado de Design Editorial, a procura de novas formas de expor texto, imagem entre outros elementos gráficos.

Para a realização destes trabalhos, utilizei os programas da Adobe Creative Cloud, sendo eles o Adobe Photoshop, Adobe Illustrator e o Adobe InDesign.

2.1.

Avenças

Serviços prestados semanalmente

Como referido acima foram-me dados a conhecer os clientes da empresa, assim como o trabalho que era feito para cada um, clientes dos quais era necessário a conclusão de trabalhos semanais, ou seja, trabalhos gráficos para colocar nas redes sociais, dos mesmos, ou mesmo manutenção e actualização dos sites já desenvolvidos.

Foi aqui que iniciei, com alguns desses mesmos trabalhos gráficos para redes sociais, na altura em que iniciei o estágio, cerca de cinco trabalhos semanais. Sendo estes de áreas muito distintas como um restaurante, empresa fornecedora de alimentos, artista musical, e um concessionário de uma marca automóvel.

Para cada empresa, teria de ter em conta alguns aspectos, como a apresentação do logótipo em qualquer trabalho, ter atenção às fontes obrigatórias, ou

às fontes que já eram utilizadas, claro que no caso de não haver fontes obrigatórias poderia investigar e utilizar novas, que fossem dentro do mesmo estilo, para a marca em questão.

Quanto às dimensões, são utilizadas as medidas exactas dos posts de Facebook e de Instagram, sendo estas 1200pt x 900pt e 900pt x 900pt, respectivamente.

2.1.1.

Aral

Posts redes sociais e newsletters

ARAL, S.A. – Agência de Representações e Automóveis, S.A.

É uma empresa com denominação comercial, pertencente à Rede Nacional de Concessões Automóvel da Marca Volkswagen.



Fig. 2 Logótipo, ARAL S.A.

No caso da empresa Aral, concessionário da Volkswagen, temos a fonte obrigatório da marca Volkswagen.



Fig. 3 Post para a rede social, Facebook, publicado no dia 24 de Janeiro 2018.
Realizado em Adobe Photoshop.



Fig. 4 Post para a rede social, Facebook, publicado no dia 08 de Março 2018.
Realizado em Adobe Illustrator.

Neste último caso (Fig. 6), podemos verificar uma das excepções para a mudança do tipo de letra no post, estas excepções são no caso de algum dia comemorativo, neste caso, o Dia Internacional da Mulher (08 de Março). Realizei também as newsletters (mensais), algumas seriam tratadas com conteúdos fornecidos pela empresa, por exemplo em meses de campanha, já outras

seríamos nós a decidir o que tratar na newsletter. As características estavam em comum com os posts, utilização da fonte e a apresentação do logótipo.

VW Head Book

VW Head Black

VW Head Book



NASCIDO COM CONFIANÇA

T-Roc Confortline a partir de € 23.274¹

Principais características

- Volante em couro
- 4 jantes em aço 6Jx16
- "Lane Assist"
- Pacote "Lights & Vision"
- Rádio "Composition Media"

1. *Os preços são PVP (Preços de venda ao público) recomendados para Portugal Continental (incluindo impostos). Não incluem despesas de transporte, preparação e documentação. Os preços estão sujeitos a alterações sem aviso prévio. As especificações técnicas, equipamento de série e opcional, materiais e cores estão sujeitos a alterações sem aviso prévio. Alguns equipamentos podem estar indisponíveis quando o seu automóvel for produzido. As imagens de alguns veículos podem incluir opcionais que não estão disponíveis para determinados modelos ou implicam um acréscimo de preço. Confirme toda a informação junto do seu Concessionário Volkswagen.

O seu parceiro Volkswagen ARAL, SA
Zona Industrial de Torres Novas, Lt. 17 • 2350-483 Torres Novas
Tel.: 249819010 • aral.geral@aral.pt • www.aral.pt

ARAL VW

Fig. 5 Newsletter Mensal, Janeiro 2018.
Realizado em Adobe Photoshop.

2.1.2.

Daflori

Posts redes sociais e curiosidade semanal



Fig. 6 Logótipo, Daflori.

A marca Daflori trata de um novo conceito de dieta vegetariana, onde pretende transmitir uma forma saudável de estar na vida, respeitando a natureza.

Para a marca Daflori não há fontes obrigatórias, tratam-se de fontes divertidas e animadas, é também sempre necessário a colocação do logótipo.

Esta marca dispõe de uma interactividade mensal, de rede social para o site, trata-se de uma curiosidade sempre focada nos vários aspectos do vegetarianismo, aqui é necessário fazer alguma pesquisa, e também a realização de texto e a imagem gráfica.

Atlas Sans Medium



Fig. 7 Post para a rede social, Facebook, publicado no dia 8 de Fevereiro 2018.



Atlas Sans Medium
Always and Forever Bold

Fig. 8 Post para a rede social, Facebook, publicado no dia 21 de Novembro 2017.



Made with B Regular

Fig. 9 Curiosidade, imagem rede social, Facebook, publicado no dia 8 de Novembro 2017.

2.1.3.

Kebab do Oriente

Posts redes sociais e Newsletter

A Kebab Do Oriente é uma empresa, que fornece estabelecimentos alimentares, com todos os produtos necessários para a confecção de kebabs.

Kebab do Oriente também não apresenta fontes obrigatórias e tal como todos é também sempre necessário a colocação do logótipo.

Nesta empresa, os posts, são colocados em duas redes sociais, tendo que ser feito, nos dois formatos.



Fig. 10 Logótipo, Kebab do Oriente



Fig. 11 Post para a rede social, Facebook (Esq.) e Instagram (Dir.), publicado no dia 5 de Janeiro 2018.

Para esta marca trabalhei também as newsletters mensais, tendo estas o objectivo de divulgar os produtos da marca tal com algumas campanhas/promoções.

Ridewell Print Regular

VW Head Regular



Fig. 12 Newsletter Mensal, Janeiro 2018.

Estes são apenas alguns dos clientes, onde os trabalhos teriam de ser realizados e apresentados/divulgados semanalmente.

Como já referido os programas onde realizei estes trabalhos, seriam o Adobe Illustrator e o Adobe Photoshop, as versões cs5 e cs6.

O processo poderá até parecer simples, mas há sem dúvida muito a ter em conta num simples post para uma rede social, como por exemplo, jogar com a imagem e a frase, de forma a fazer sentido ao público-alvo. Foi aqui que tive de trabalhar um pouco uma área onde não tive formação, o marketing.

Quanto ao arranjo gráfico propriamente dito, à que ser criativo utilizando na tal imagem e na tal frase, como já referido, e recriar essa frase, recriar no sentido de lhe dar vida, escolhendo uma ou várias fonte que se adequam ao estilo gráfico da marca, à imagem, tendo em atenção as cores, o tamanho da letra, para essa informação não ficar “escondida” no resto da imagem.

Isto tudo para chegar ao fim e termos um arranjo gráfico onde não está apenas uma imagem com texto, mas está um todo, uma única imagem. É desta forma que potenciais clientes irão demonstrar interesse pelo produto, que está a ser promovido.



Fig. 13 Post para a rede social, Facebook, publicado no dia 17 de Julho 2018.

Penso que este poderá ser um bom exemplo do que pretendo demonstrar. Não só utilizei uma mas sim duas fontes distintas:

- Bitterbrush Regular (superior)
- Bardot Black (inferior)

Julgo ter um resultado positivo, e uma única imagem.

2.2

Web Design

Estrutura gráfica de páginas web

Tal como já referido desenvolvi alguns projectos relacionados com web design, os micrositos, todo o aspecto gráfico dos mesmos.

Neste serviço existem quatro modalidades disponíveis, sendo que a primeira apresenta as características básicas, e todas as seguintes são a evolução da anterior: Standard, Premium, Corporate e Enterprise.

Para iniciar um projecto microsite, teremos de fazer uma pesquisa inicial de páginas web já existentes da mesma temática, para perceber o que já existe, mas também para ter notas de referência, pequenos apontamentos que pareçam interessantes e que resultem naquilo que procuramos desenvolver. Temos o logótipo como referência, para a escolha das cores e das fontes predominantes no layout.

A procura da fonte adequada para um projecto, pode ser feito no Google Fonts (fonts.google.com), é aqui que encontramos as fontes tipográficas já preparadas para o uso na web.

Transfonter, (transfonter.org/). Basicamente este programa, permite que fontes que não são webfonts, fiquem optimizadas para a sua utilização na web, ou seja, adapta-as para passarem a ser web fonts.

De seguida, irei apresentar um microsite de cada modalidade que desenvolvi, para mais facilmente ser entendido as diferenças entre si, e as suas características.

We believe the best way to bring personality and performance to websites and products is through great design and technology. Our goal is to make that process simple, by offering an intuitive and robust directory of open source designer web fonts. By using our extensive catalog, you can share and integrate typography into any design project seamlessly—no matter where you are in the world.

fonts.google.com/about?category=Sans+Serif,Display

2.2.1.

Standard

Microsite Standard - OHLINDA

OHLINDA, trata-se de uma tapiocaria, situada na região de Lisboa.

Algumas características desta modalidade:

- ✓ design personalizado
- ✗ formulários de contacto
- ✗ popup interno
- ✓ redes sociais e google maps
- ✓ galeria de imagens (até 1 slideshow)
- ✗ multilingue
- ✗ barra de links

Esta marca já tinha a paleta de cores definidas, portanto apenas escolhi uma como cor predominante.

Quanto à fonte utilizada aproveitei a fonte do logótipo, e escolhi uma outra de um estilo completamente diferente, para criar algum contraste e dinamismo.

Resolvi utilizar alguns elementos gráficos de formas geométricas, como quadrados e linhas rectas, quase de forma a “contrariar” a forma das tapiocas, que são de forma arredondada.

As fotografias foram fornecidas pelo cliente, sendo que não recorremos a nenhum banco de imagens.



Fig. 14 Demonstração em mockup, do microsite OHLINDA, nas diversas plataformas digitais.

2.2.2.

Premium

Microsite Premium - Verão na Matinha

Verão na Matinha, é um projecto da região de Sintra, que tem por objectivo trazer as crianças para a matinha, para a natureza. Onde encontrarão actividades e diversão organizadas, pelo projecto.

Algumas características desta modalidade:

- ✓ design personalizado
- ✓ formulários de contacto (até 1)
- ✗ popup interno
- ✓ redes sociais e google maps
- ✓ galeria de imagens (até 3 slideshow)
- ✗ multilíngue
- ✗ barra de links

Este projecto já tinha logótipo, assim como alguns cartazes. Aproveitei tanto as fontes como os elementos gráficos, desses mesmos cartazes, isto também para manter a coerência do trabalho já realizado.

Utilizei fotografias de bancos de imagem e um vídeo fornecido pelo cliente o vídeo de entrada.

Para esta proposta tivemos de ter em conta o público-alvo, crianças, assim sendo conseguimos criar uma animação, para os elementos gráficos do layout, que resultaram bastante bem.



Fig. 15 Demonstração em mockup, do microsite Verão na Matinha, nas diversas plataformas digitais.

2.2.3.

Corporate

Microsite Corporate - Berlenga Live

Berlenga Live, trata-se de uma empresa, de vertente turística. Tem por objectivo divulgar e dar a conhecer a ilha da Berlenga.

Este microsite foi trabalhado em conjunto com o colega João Rabaça.

Algumas características desta modalidade:

- ✓ design personalizado
- ✓ formulários de contacto (até 2)
- ✓ popup interno
- ✓ redes sociais e google maps
- ✓ galeria de imagens (até 5 slideshow)
- ✓ multilingue (até 4)
- ✗ barra de links

Esta empresa já apresentava logótipo, e este já com um pantone de cor definida, de modo que, foi a cor utilizada para os vários apontamentos no microsite. Quanto às fontes utilizei duas, onde uma apenas serviu para alguns títulos, de forma a dar contraste.

Foram utilizadas tanto fotografias de bancos de imagem como fotografias fornecidas pelo cliente, foi-nos também fornecido pelo cliente o vídeo de entrada.

Nesta proposta conseguimos encontrar algumas animações, que fizeram toda a diferença no resultado final, como a colocação de aves a passar por cima de uma ilha, esta que será a Berlenga ilustrada. Sem dúvida que criou um efeito final de muita qualidade.



Fig. 16 Demonstração em mockup, do microsite Berlenga Live, nas diversas plataformas digitais.

2.2.4.

Enterprise

Microsite Enterprise - 9ET (Encontro de Tipografia)

O 9ET, este microsite dirige-se a um encontro de Tipografia que iria decorrer num certo momento. Este projecto tratava de informar as datas para participar, tal como as inscrições e claro, as informações sobre o que o encontro oferecia. Este microsite foi trabalhado em conjunto com o colega João Rabaça.

Algumas características desta modalidade:

- ✓ design personalizado
- ✓ formulários de contacto (até 10)
- ✓ popup interno
- ✓ redes sociais e google maps
- ✓ galeria de imagens (até 10 slideshow)
- ✓ multilingue (até 5)
- ✓ barra de links

Foi nos fornecido o logótipo, tal como a cor que gostariam que utilizássemos para alguns apontamentos.

As fontes utilizadas foram oferecidas pelo próprio criador, Ricardo Santos, para serem utilizadas neste projecto.

Foram utilizadas fotografias de bancos de imagem como fotografias fornecidas pelos criadores do evento, foi-nos também fornecido o vídeo de entrada.

Este projecto acabou por ser muitíssimo extenso, não só a nível de layout, como também a nível de programação.



Fig. 17 Demonstração em mockup, do microsite 9ET, nas diversas plataformas digitais.

Durante todo o período de estágio tive a oportunidade de desenvolver mais alguns microsites entre as variadas modalidades.

É também de referir que alguns microsites continuam sem estar na web, devido a atrasos de algumas questões por parte do cliente, este foi também um problema com que tive de lidar durante cada projecto. Foi também assim que entrei em contacto directo com alguns clientes, fosse para pedir conteúdos, fotografias e por fim a aprovação, ou não, dos trabalhos.

Em jeito de curiosidade deixo aqui alguns links, dos trabalhos que desenvolvi e que já se encontram online:

- www.valgadao.pt
- www.estrelasdetomar.pt
- www.4elite.pt
- www.condeferreirapalace.com
- www.ohlinda.pt
- www.matinhadequeluz.pt
- www.berlengalive.pt
- www.9et-ipt.pt

Sobre mais alguns feitos, mas que ainda não estão on-line:

- Ana Cristina Pereira
- Memangola
- Hortiart - Morangos
- Hortiart - Churrasqueiras
- Diaco

Outro aspecto muito importante de referir, é a questão do backoffice, isto é, cada cliente fica com o acesso ao backoffice do seu microsite, isto permite-lhe que troque ou acrescente fotografias, conteúdos, e até ocultar informações que em certo momento ache pertinente. esta zona, chamada de backoffice, e feita pelo programador, a criação de cada secção, o espaço para a colocação de textos e imagens, entre uma imensidão de outras questões.



2.3.1.

Diaco - Rações Biológicas

Criação do flyer

A DIACO é uma marca pertencente ao grupo Diamantino Coelho & Filhos, S.A.. Esta marca fabrica alimentos compostos para animais sob a forma de mistura, trata-se já de uma marca certificada.

Esta marca apresentava já o seu logótipo, os conteúdos foram também fornecidos, utilizei alguns elementos gráficos, estes que já teriam sido desenvolvidos e utilizados para as embalagens das rações. As fontes utilizadas, foram duas que também teriam sido usadas nas embalagens, resolvi juntar uma terceira fonte de um estilo completamente diferente das anteriores, para que fosse utilizado em destaques. A marca também apresentava pantones de cor, sendo que foi por essas cores que me guiei. A nível das ilustrações, estas foram escolhidas e compradas pelo cliente, para a utilização neste mesmo flyer, mas também para o microsite também por mim desenvolvido.

Foi decidido pelo cliente que se deveria tratar de um flyer tripartido.

Organização de conteúdos:

a: Frente - Logótipo, frase chave, elementos gráficos;

b: Verso - Frase chave, contactos;

c: Logótipo, apresentação da marca, ilustração;

d/e/f: Apresentação dos produtos.

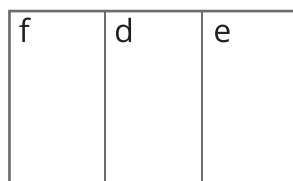
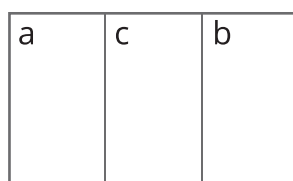


Fig. 18 Esquema de organização do flyer.

Fig. 19 Demonstração em mockup, do flyer da Diaco.

2.3.2.

Doçaria Estrelas de Tomar

Criação da carta/menu

A Doçaria Estrelas de Tomar, nascida em 1960, é uma pastelaria clássica, localizada no centro de Tomar, conhecido por fabricar os originais e únicos doces típicos da zona, os Beija-me Depressa, as Estrelas de Tomar, os Queijinhos Doces e as Fatias de Tomar.

As embalagens originais dos doces típicos, são apresentadas ainda com arranjo gráfico original, o que conduziu de certo modo a alguns aspectos gráficos desenvolvidos e ao que veio a ser o resultado final da carta deste estabelecimento.

É um estabelecimento de estilo muito clássico e com detalhes um pouco “vintage”, desta forma, quisemos também colocar um pouco esses pormenores no trabalho, de forma a que a peça final estivesse em perfeita harmonia com o espaço envolvente.

Criei algumas ilustrações, simples, para colocar nas diversas situações, melhor dizendo por categorias de produtos, foram utilizadas imensas fontes diferentes, criando também um pouco o aspecto dos antigos jornais.

Desenvolvemos uma carta um pouco diferente do normal, para além do aspecto gráfico já descrito, este é dobrado em 4 divisões, sendo que quando dobrado a frente e o verso são peças em madeira, com o logótipo e o link do microsite gravados nessa mesma madeira.

Organização de conteúdos:

a: Frente - Peça madeira, logótipo;

b/c: Imagem gráfica relativa aos doces originais da entidade;

d: Verso - Peça madeira, link microsite;

e/f/g/h: Produtos, pequenos excertos da história da Doçaria., ilustrações.

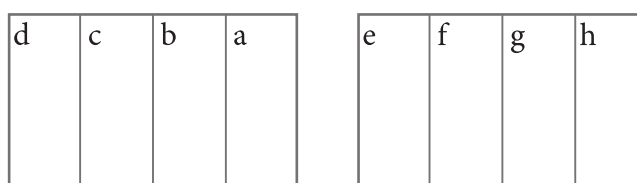


Fig. 20 Esquema de organização da carta.



Fig. 21 Documento final para impressão, carta Doçaria Estrelas de Tomar. Interior: Imagina Superior



Fig. 22 Peça real finalizada.

2.3.3.

Panorama Drinks

Criação de folhas individuais de apresentação de vinhos

Panorama Drinks é uma empresa de comércio e distribuição de bebidas e produtos alimentares gourmet. Líder na região de Abrantes, Tomar, Torres Novas.

A marca pretendia ter folhas individuais para a apresentação de cada Marca/Quinta com os respectivos vinhos/bebidas que vendem. Ou seja, documentos que estejam bem organizados que servem para os seus comerciais mostrarem e apresentarem a clientes e futuros clientes.

Quanto a fotografias, fonte, e conteúdos estava já tudo escolhido pela entidade, foi basicamente fazer a “arrumação” desses elementos.

Para além destas “monofolhas”, desenvolvi as mesmas mas em bilingue (Português - Inglês), e um desdobrável como catálogo, sendo este um resumos, ou seja, apenas com a imagem das garrafas e os nomes.

Organização de conteúdos por página:

- 1ª: Fotografia, logótipo, logótipo e apresentação da marca do produto;
- 2ª: Produtos fotografia de cada garrafa e respectivas características.



Fig. 23 Demonstração em mockup, das folhas individuais, para a apresentação de cada marca vendida pela Panorama Dirinks.



A tipografia incorpora a linguagem escrita de uma forma concreta. Uma fonte comunica através dos seus traços, proporções e peso visual. Os caracteres são agrupados em colunas e grids, os corpos de texto e títulos, em blocos e listas; esses elementos gráficos sustentam a sua própria presença física. Mas o que acontece quando a tipografia se desfaz do seu corpo fixo e estático e se torna um fenómeno virtual? O que acontece quando os leitores têm liberdade para transformar os parâmetros de exibição visual para servir as suas próprias necessidades e preferências?

Tipos na Tela, Ellen Lupton



PARTE II

Tipos na Web

Enquadramento Teórico-Conceptual Associado ao Estágio

1. Tipografia

Breve história da Tipografia

A palavra Tipografia deriva do grego *typos* - “forma” e *graphein* - “escrita”, é o processo de criação na composição de um texto físico ou digital. (<https://pt.wikipedia.org/wiki/Tipografia>)

Desde por volta de 1450, tem vindo a evoluir, devido à invenção dos tipos por Gutenberg. Este tema passou então a ser apreciado, tornando-se uma arte aos olhos de designers e artistas gráficos.

O propósito principal da tipografia é construir uma estrutura correcta e apelativa a conteúdo escrito dando vida à informação contida em determinado sítio, impresso ou digital.

Inicialmente, o meio de produção de livros era feita pelos chamados *copistas*, esta produção era feita de forma manuscrita, os monges copistas que copiavam os livros à mão, a perfeição com que os monges executavam o seu trabalho fazia com que necessitassem de anos a finalizar um livro.

Mais tarde em meados do séc. XV, surgiu uma nova fase na produção de livros, que veio impulsionar uma enorme evolução técnica para a fabricação deste produto. Assim os tipos de Gutenberg, vieram promover a divulgação dos textos, que na altura se tratavam principalmente de textos religiosos, históricos, científicos e jurídicos, portanto conteúdos que se dirigiam a pessoas com alguns conhecimentos. Mas devido à mais fácil e rapidez na

Copista, aplica-se a alguém que transcrevia matéria escrita ou fazia cópias dela, especificamente das Escrituras.



Fig. 24 Monge Copista, no seu ofício.

concepção de livros, foi cada vez mais fácil a adesão destes por parte do público popular.

Um pouco mais à frente, foi possível começar a imprimir noutros materiais tais como em tecido, cartas de jogo e estampas religiosas, através da gravação de chapas de blocos inteiriços de madeira, era também possível a impressão de livros através de pranchas únicas onde os textos eram gravados na madeira.

Há um nome extremamente importante neste período, Johannes Gensfleisch zur Laden zum Gutenberg, mais conhecido apenas por Gutenberg, autor do primeiro registo impresso com tipos móveis em metal. Apesar desta fama que ganhou, ocorreu também um período de misticismo e secretismo.



Fig. 25 Johannes Gensfleisch zur Laden zum Gutenberg.

Ora isto provocou relatos e boatos, devido a forma como os tipógrafos trabalhavam, estes montavam as suas oficinas em sítios escondidos geralmente junto a sítios abandonados/ruínas, e apenas iniciavam a sua actividade ao anoitecer. Surgiam boatos de que estes espaços (oficinas) serviam para rituais demoníacos e que a arte da tipografia era uma maldição. Muitos temiam que um livro que não fosse concebido da tinta de um monge copista seria uma força perturbadora, capaz de abafar a fé e comprometer as autoridades.

Como em tudo esta ideia absurda da época foi passando, já a tipografia foi estando em crescente evolução, surgiam novas técnicas tal como a tecnologia que foi a dando passos em frente, com novos sistemas de produção. Estas questões levaram também a uma relevância positiva tanto a nível estético, como a nível económico.

Contudo, a sua fama como já descrito iniciou-se pelo primeiro registo impresso com tipos móveis, o primeiro livro impresso foi a Bíblia de 42 linhas, B-42, datado de 1455.

É inevitável que a partir da invenção da tipografia tenha ocorrido um grande aumento na circulação de informação textual.

Eram então os mestres fundidores que tratavam de toda a orientação e evolução das letras. Com a fundição dos tipos, começamos a ter letras fundidas, de fontes.



Fig. 26 Página da Bíblia de 42 linhas, impresso por Johannes Gensfleisch

1.1.

Tipos Móveis

Produção de caracteres móveis

A produção dos caracteres metálicos era um processo de várias etapas e de uma precisão mecânica, em processo duradouro e árduo.

Estes tipos móveis eram estampados por cunho de caractere feitos em metal, uma liga de chumbo, estanho e antónimo, esta invenção tem o mérito de Gutenberg, que inventou o processo de fundir uma quantidade sem limite de letras.

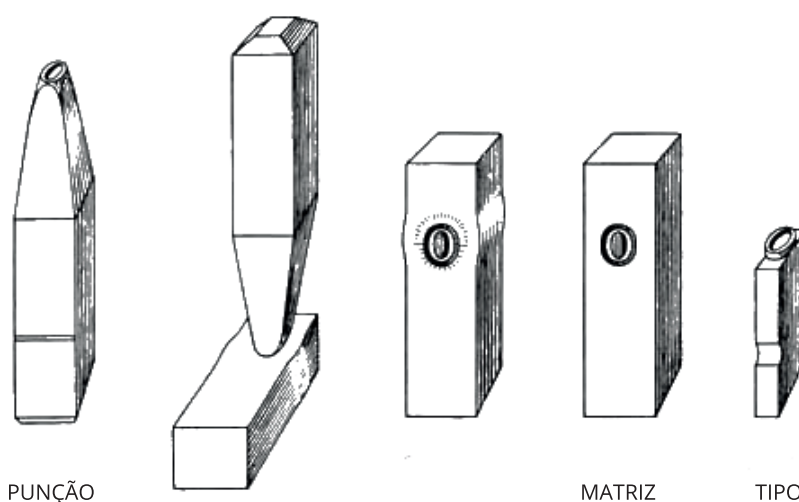


Fig. 27 Fases para o processo para a criação final de um Tipo.

Entre décadas esta tecnologia acabaria por se espalhar pelas diversas zonas da Europa.

Ainda na época de Gutenberg os tipos móveis já teriam deixado de ser novidade, cerca de quatro séculos antes, no ano de 1041, já os chineses já faziam uso deste processo, contudo não tiveram muito sucesso, por causa da grande quantidade de caracteres na escrita chinesa, contrariamente à escrita latina, que contém um número reduzido de caracteres. Diz-se que o primeiro livro impresso no ocidente se trata do *Horarium*, por Laurens Janszoon.

Responsáveis pela maior criação do século, nunca poderia ser negado a

importância dos mesmos na história da humanidade, fosse por inventar, ou por aperfeiçoar as técnicas da impressão tipográfica. Este nunca parou de evoluir, contribuindo sempre para elevação a nível intelectual da humanidade, pela dispersão da informação e servindo como base a novas tecnologias e até evolução do Homem.

É de importância referir que foram vários os grupos que procuraram dominar esta tecnologia, os copistas lutavam para que não fosse implementado o processo de impressão, porque poderia estar em causa o seu trabalho e assim um menor rendimento a nível financeiro, deste modo também as autoridades religiosas procuravam acabar com esta invenção.

Durante vários séculos em alguns dos países europeus, os livros apenas podiam ser impressos, por impressoras autorizadas pelo Rei, e com a devida autorização da igreja.

1.2.

Revolução Industrial

Inovações importantes na tecnologia impressa

Nos primórdios do século XIX, a revolução industrial trouxe inovações que vieram a ser de grande importância na tecnologia impressa, como prensas giratórias a vapor que vieram substituir a forma de execução manual, ora isto, tornava-se positivo porque havia um despacho de 16% do tempo.

Foi neste período em que também foi criada a máquina de linótipo, que permitia uma composição mecânica dos caracteres.

Esta máquina criada por Otmar Mergenthaler, o “Linótipo” fazia a composição e a fundição dos tipos, era equipada com um teclado, matrizes do tipo e uma fundidora agregado, o modo como funcionava era de certa forma parecido ao do que conhecemos de uma máquina de escrever, pressionando uma tecla, era libertada uma matriz do caractere até completar uma linha, seguidamente essa linha era levada mecanicamente para a fundidora,

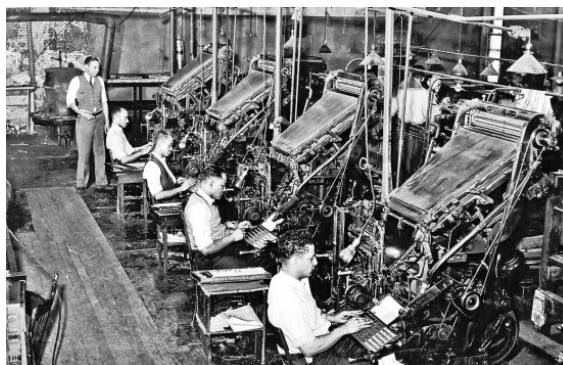


Fig. 28 Máquinas de linótipo e respectivos linotipistas (operadores).

onde fundia e ejectava uma linha de cada vez. Esta forma composição aumentou a produtividade cerca de seis vezes.

Mais tarde no século XX, surge a fotocomposição, este consistia num sistema formado pela matriz dos caracteres em negativo, processados fotograficamente em suportes sensíveis à luz, apesar da grande rapidez conseguida através deste sistema, encontraram um ponto negativo, não era possível uma ampliação dos caracteres.

Algures a meio deste mesmo século, aparece finalmente a composição feita através do computador, ou seja, através de montagens virtuais, resultantes depois na chapa para impressão, isto permitiu descartar uma das etapas antes efectuadas, a etapa da montagem em filme.

Passando um pouco à frente, foi no início do século seguinte, séc. XXI, quando a impressão digital já era presente, pode-se eliminar tanto as montagens em filme como as chapas de alumínio, a impressão é feita directamente do computador.

1.3.

Desenho das letras

Origem do desenho e forma das letras

O alfabeto empregue pelos romanos teria sido adaptado das letras maiúsculas gregas, falamos de um período do século VII a.C.. Inicialmente as palavras eram apresentadas sem espaçamento, e sem caracteres de pontuação.

Posteriormente o alfabeto começava a evoluir, passou-se a utilizar espaço entre palavras, mas, ainda assim, eram apenas separadas por um ponto. Foram inclusive criadas novas letras, e assim concluindo o alfabeto latino ainda hoje utilizado.

Os caracteres romanos de caixa baixa, foram redesenhadas no ano de 1470, vejamos que isto ocorreu alguns anos após os primeiros tipos de Gutenberg, esta acção foi responsabilidade do impressor Nicolas Jenson.

A escrita medieval prevaleceu nos países do ocidente europeu, alguns anos até ao século XVI.

As letras do tipo itálico que viriam a tornar a escrita mais leve, nasceram

com o impressor Aldus Manutius, no ano 1501. Mais tarde no século XX, manifestaram-se os estilos neo-clássicos, sem serifas ou pormenores mais excêntricos, também se ergueram formas redesenhadas do romano, aqui onde as leis não existiam, criaram formas extravagantes e grandes contrastes.

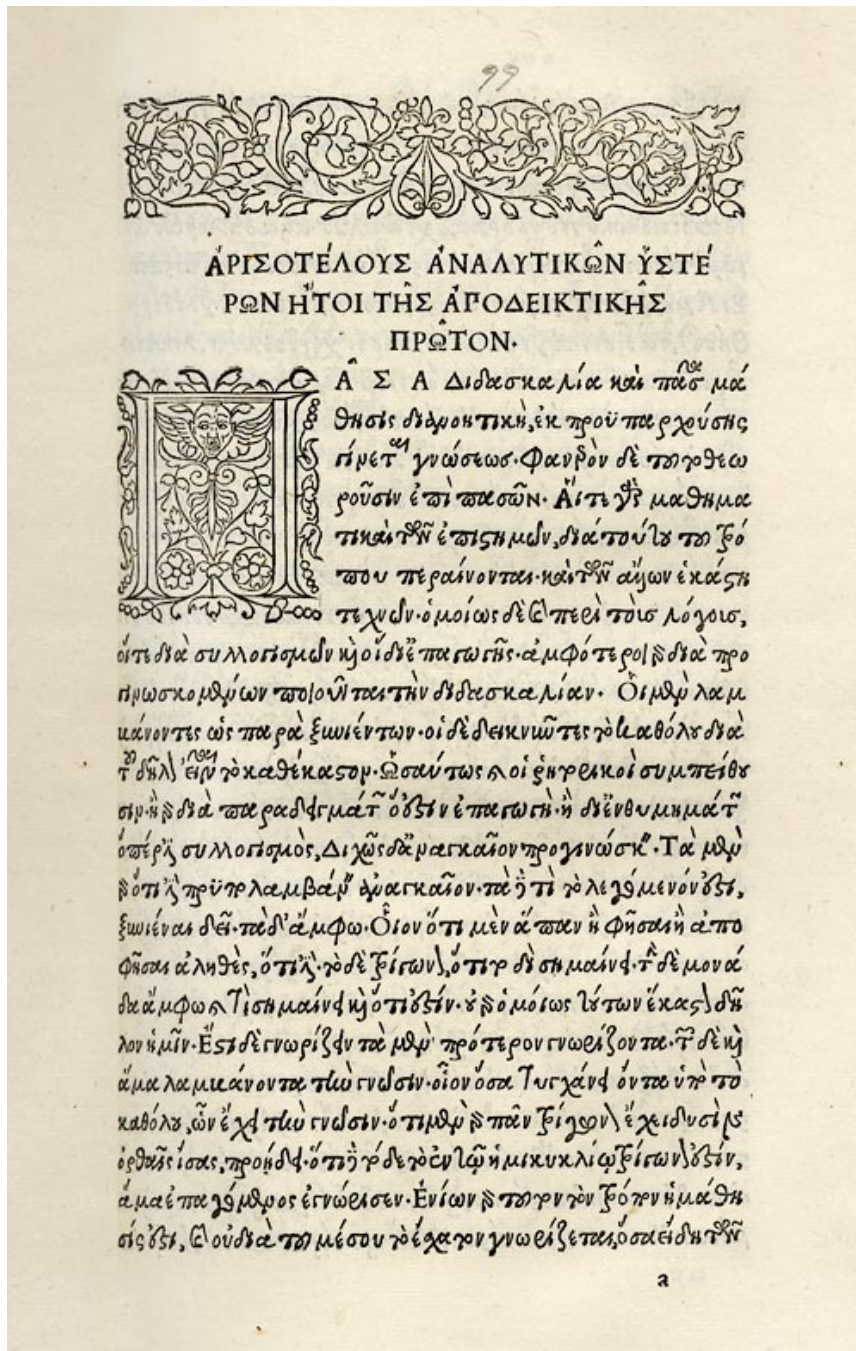


Fig. 29 Impressão de Aristotle impresso por Aldus Manutius.

MAS AFINAL COMO É QUE AS PALAVRAS CHEGAM AO ECRÃ?!

Os tipógrafos digitais sabiam que uma boa exibição no ecrã dependia de uma boa quantidade de fontes para impressão de Tipo 1. Essas fontes com “contorno” eram vitais para impressões nítidas, ofereciam possibilidades de manipulação de tipos. Tudo isso ainda é válido para o tipo de renderização como GIFs, mas há um método em desenvolvimento e, às vezes, controverso, para obter o tipo de letra escolhido no ecrã do visualizador.

HTML e Bitmaps

As instruções HTML podem comandar qualquer fonte a ser exibida no ecrã do visualizador, desde que esteja instalada no seu computador. Caso contrário, o padrão do navegador ou a fonte seleccionada do utilizador será exibida. A maioria dos tipos de ecrã é bitmapped, o que facilita a leitura em tamanhos mais pequenos.

Postscript

Page Description Language (PDL) pioneira da Adobe, oferece fontes escalonáveis, portanto, independentes de resolução. É a base do Portable Document Format (PDF), que visa fornecer páginas imprimíveis de alta qualidade para o ecrã, independentemente do conjunto de fontes instalados pelo utilizador.

CSS

Cascading Style Sheets adicionou uma dimensão extra às HTML básicas. Uma linguagem de script separada permite o controlo de estilos de tipos, alinhamento e entrelinhamento. Com o CSS, o designer pode forçar o browser a seleccionar uma variedade de fontes, de acordo com o que está disponível no sistema do visualizador. Uma tabela de valores hierárquicos está em vigor para determinar quais instruções devem ser seguidas em caso de conflitos. Ao contrário do HTML simples, o CSS permite múltiplas camadas de elementos.

OpenType/WEFT

Tanto a Adobe como a Microsoft cooperaram para promover o OpenType, usando a WEFT (Web Embedding Font Tool). O site é examinado, e arquivos de fontes ou 'font objects' dos caracteres relevantes são comprimidos e descarregados, como se fossem GIFs ou JPEGs, depois são descompactados e armazenados em cache pelo navegador da mesma maneira. Os objectos de fonte são projectados para uso apenas do navegador e não podem ser acessados por outros aplicativos.

2.

Web Fonts

Introdução ao tema

Programas de computador vêm com uma variedade de fontes e existem muitas fontes que podem ser baixadas gratuitamente. Também é possível comprar fontes de tipografias - geralmente vendidas sob licença, com o custo dependendo do número de computadores que usam as fontes.

Typographic Style Handbook

A linguagem é indiscutivelmente a característica humana mais significativa. Através de um complexo sistema de sinais, sons e símbolos, ideias e mensagens são comunicadas à nossa sociedade global em constante expansão - informações que têm o poder de moldar e mudar a própria civilização. O Tipo é a manifestação visual da linguagem. A forma do tipo faz mais do que apenas tornar as mensagens legíveis. A forma do tipo em si, altera a intenção inicial de uma comunicação. Tipos de letra podem ser carregados com poder simbólico, alguns tipos representam extremos comportamentais, outros tipos representam hierarquia de luxo ou social. Além disso, o tipo pode expressar emoção e personalidade, sentimentos sombrios podem ser lembrados por contornos aguçados e pesos pesados, pensamentos mais leves são representados por caracteres delicados e graciosos. Ao longo do século passado, houve um crescimento fenomenal no número de tipos disponíveis para designers e público em geral. Grande parte desse resultado é resultado de uma nova tecnologia. As fontes foram projectadas para telas digitais de baixa resolução, para navegação na web, para

reconhecimento óptico de caracteres e para interfaces PDA. Outras novas fontes abordam problemas funcionais exclusivos: os tipos foram otimizados para a legibilidade de longo alcance na sinalização de rodovias e para impressão de baixo custo em papel (como listas telefónicas e jornais). As fontes foram projectadas para públicos específicos: por exemplo, crianças que estão aprendendo a ler, disléxicas e deficientes visuais.

A evolução vai surgindo pelas diversas necessidades à medida que vão surgindo cada após dia.

Quando pensamos na forma digital, devemos não apenas ler a mensagem que queremos transmitir e a quem queremos transmitir, mas percepção e compreensão de tudo o que se transmite. Tal como em papel, no ecrã, a escolha das fontes dependerá do propósito a desenvolver, um aspecto é, como também já referido, os diversos públicos-alvo, outro a forma a ser trabalhada para títulos, subtítulos, o corpo do texto, legendas, também a forma com será apresentada, tamanho, cor, estilo, legibilidade, espaçamento, entre outras características.

Geralmente a leitura na web é também mais rápida, desta forma os conteúdos deveram ser escritos de forma clara, isto deve-se ter em conta, devido ao cansaço que a leitura nos ecrãs causa.

Nos textos longos é aconselhável a utilização de fontes não serifadas, com uma estrutura simples, este formato é facilmente adaptável a qualquer layout. Algumas fontes de extrema qualidade para web são Arial, Helvetica e Verdana.

2.1.

Surgimento da informática

Chegada das fontes digitais

Recuemos um pouco, com o surgimento na década de 80, surgiu o conceito de *autoedición*, que permitiu ao designer dispor de todas as ferramentas necessárias para projectar, compor e ilustrar um projecto sem precisar de recorrer a fornecedores externos. Em grande medida, o método de trabalho envolveu um retorno ao *scriptorium* medieval. A empresa Bitstream Inc começou a oferecer fontes digitais em 1981, seguida pela Adobe Systems Inc. No ano de 1990, praticamente todas as fundições tipográficas do mundo

autoedición

s. f. Procedimento informático para a publicação electrónica de um documento.

es.thefreedictionary.com

comercializavam versões digitais dos seus tipos, surgindo também inúmeras empresas dedicadas exclusivamente à venda de fontes digitais.

Houve, de facto, uma época nos anos 1990, em que muito dos tipos de letra novos eram muito disruptivos: foi a eradas fontes “grunge”. No entanto, graças à intervenção imediata e aos altos conhecimentos dos entendidos na criação de tipos, como Matthew Carter ou Sumner Stone (director criativo da equipa de type design da Adobe) e muitos outros, essa mudança no sistema de produção não implicou necessariamente uma diminuição na qualidade. O campo do design de tipos continuou tranquilo, sempre a par dos avanços da tecnologia digital.

Os designers nunca tinham tantos tipos e bons, como agora.

Mas, mesmo sendo digital, a tipografia não deixou de ser ofício, de necessitar do saber profissional para produzir, correcta e esteticamente, informação com letras, números, símbolos e demais glifos, com a ajuda de uma bem treinada intuição estética e aplicando as regras básicas do design editorial.

O que outrora era feito manual ou mecanicamente, hoje é obtido no computador.



Vectores, são baseados em fórmulas matemáticas e podem ser aumentadas infinitamente sem a perda de qualidade. Cada linha e forma tem um valor que é ajustado quando a imagem se expande.



Bitmaps, dependem de uma série de blocos quadrados chamados pixels, organizados numa grelha. A qualidade das imagens depende da quantidade de pixels, quanto mais pixels, melhor a qualidade.

2.2.

Usabilidade de fontes

Primeiros problemas que surgiram

Durante os primeiros anos da World Wide Web, os designers foram forçados a trabalhar dentro da faixa estreita de tipos de letra geralmente instalados nos computadores de utilizadores finais, as “web safe fonts”.

No início, embora houvesse maneiras de especificar quais as fontes que deveriam de ser utilizadas numa página HTML, tudo se resumia a quais as fontes os utilizadores teriam disponíveis. Se por exemplo, um site tivesse especificado que os parágrafos HTML deveriam ser exibidos com a fonte Helvetica, mas um usuário que visitasse esse mesmo site não tivesse a fonte Helvetica, a página não seria exibida da maneira suposta e desejada.

Os responsáveis na área criaram vários mecanismos para enviar fontes de um servidor web aos browsers dos usuários, significando que se especificasse o Helvetica em determinada página web, o servidor alimentaria essa fonte para os usuários e exibiria a página correctamente, independentemente da fonte que os visitantes possuíssem.

Acabou por ser um problema para muitos designers de fontes. A exibição de uma fonte na Web significava que as pessoas que navegavam num site poderiam fazer o download da fonte que estava a ser utilizada e assim usá-la para outras finalidades, fornecendo assim uma saída fácil para a pirataria de fontes.

Os problemas tecnológicos foram resolvidos, e as fontes da Web são de momento utilizáveis e seguras, tanto para designers de fontes como para navegadores da web.

Alguns serviços online, que disponibilizam fontes são:

- FontDeck <http://fontdeck.com>
- TypeKit (criado pelo Adobe) <http://typekit.com>
- Fonts.com <http://webfonts.fonts.com>
- MyFonts.com <http://new.myfonts.com/info/webfonts>

- Google www.google.com/webfonts

Se quero submeter a minha fonte para venda no MyFonts.com e Font.com, posso optar pelo serviço web-font deles com muita facilidade, o que torna uma adição simples para o fluxo de rendimento. TypeKit e FontDeck são vendedores exclusivamente de web fonts, o que significa que teria de enviar as fontes para eles apenas para uso como fontes para web.

As fontes da web do Google ainda são disponibilizadas gratuitamente, portanto, o envio das fontes para eles não é um fluxo de potencial rendimento. Google Fonts é uma biblioteca com mais de 800 fontes livres licenciadas, um diretório web interativo para navegar na biblioteca, e APIs para usar convenientemente as fontes através de CSS e Android. (https://pt.wikipedia.org/wiki/Google_Fonts) Para um type designer ter uma fonte da sua autoria na Google Fonts é pago e é também claramente um prestígio.

2.3.

Tipografia Digital

Caminho até ao formato digital

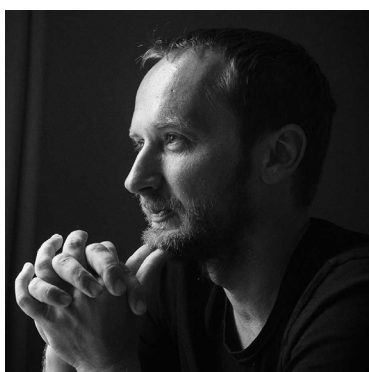


Fig. 30 Peter Bil'ak.

A tipografia esteve sempre a par com as novas tecnologias e aos novos públicos. Desde Johannes Gutenberg, no século XV, até Peter Bil'ak nos dias que correm, os prestigiados designers de tipos sempre inventaram novas tecnologias e novos modelos de negócios, bem como novas formas visuais.

Os designers trabalham a velocidade, a cor, a opacidade, a forma para conseguir transmitir emoções, mensagens, e até histórias.

Web Design is 95% Typography

95% of the information on the web is written language. It is only logical to say that a web designer should get good training in the main discipline of shaping written information, in other words: Typography.

Oliver Reichenstein
<https://ia.net/topics/the-web-is-all-about-typography-period>

Ou seja, Olivier Reichenstein dizia que se a web é composta na sua maioria por letras, os web designers deveriam dar mais importância ao texto. Reichenstein era apologista de que não é necessário uma lista interminável de fontes para se chegar a uma boa composição tipográfica. Se pensarmos na Renascença Italiana, sendo estes os pioneiros da imprensa, que tinham muito poucos estilos tipográficos à sua disposição, assim também nos dias de hoje, web designers criam páginas web bem estruturadas com pouca variedade de fontes e famílias tipográficas.



Fig. 31 Olivier Reichenstein

Chegando ao ano 2000 foram implementadas normas para a web, possibilitando uma maior rapidez no que diz respeito ao desenvolvimento de sites, permitindo que os seus desenvolvedores despendessem mais tempo no trabalho correspondente à matéria do design, aspecto a nível estético do que na matéria da programação e funcionamento do site. Desta forma, à medida da complexidade destes o web design tornava-se mais sofisticado aos olhos dos utilizadores, nisto ocorria uma vontade de criar mais fontes para utilizar nesses mesmos projectos.

Por volta de 2008 a regra @font-face, salvaguardou o acesso a web fonts para a maior parte dos usuários. Os serviços de disponibilização das fontes, o Typekit, Fontdeck e Google Fonts, haviam chegado para preencher o lugar do licenciamento e pirataria que existia no CSS3.

Contudo, ocorreram alguns problemas com as fontes, pois haviam fontes que ora ficavam muito bem no Mac, ora eram arruinadas pela Windows, era sem dúvida o pesadelo dos designers.

@ font-face é uma regra css que permite baixar uma fonte específica do seu servidor para renderizar uma página da web se o usuário não tiver essa fonte instalada. Isso significa que os web designers não terão mais que aderir a um determinado conjunto de fontes “seguras para a Web” que o usuário pré-instalou em seu computador.

http://www.font-face.com/#lime_content

2.4.

Como chegar a uma Web Font

Processo para a obtenção de uma Web Font

O processo na criação de um tipo de letra, não tem um método específico ou ordem definida de “regras” para a sua conclusão. Varia de profissional para profissional, e do método mais confortável para cada um.

É claro que num ponto inicial, tem de haver algo que inspire e que incentive o criador, que dê vontade de dar “assas à imaginação” e assim criar algo novo e inovador. E apesar da imensidão de fontes já existentes, é quase impossível, se não mesmo impossível, deixar de haver novas fontes ao longo dos tempos, a inspiração trata de criar novas ideias, novos pensamento e assim novos resultados, inevitável será dizer que os gostos são também muitos e variados e o que irá agradar a um, irá outro odiar.

Esta vasta criação de fontes, tem também um propósito, tem por objectivo atrair os vários públicos-alvo, ou seja é quase como que haja fontes personalizadas para diferentes temáticas, idades e personalidades.

A tão conhecida expressão “os olhos também comem”, assenta igualmente bem nesta temática, vejamos, se olharmos para um cartaz, apenas com texto e em que esse texto seja todo com a mesma fonte, mesmo tamanho, todo igual, causa cansaço ao leitor, aliás dá mesmo vontade de nem ler, enquanto que com o mesmo conteúdo, trabalhada com diferentes fontes, ou diferentes pesos, com uma arrumação dinâmica, vai certamente captar um maior interesse por parte do leitor.

Um designer de tipos geralmente inicia este processo através de pequenos esboços, letras-chave, para fazer um estudo inicial de proporções entre outras características que o designer pretende.

Há uma frase famosa que contém a totalidade das letras do alfabeto “The quick brown fox jumps over the lazy dog”, ajuda no sentido que nos é possível ver a junção das letras, o espaçamento, ligação e a coerência.

Estes esboços iniciais são também possíveis de fazer imediatamente num formato digital, por exemplo com o Adobe Illustrator, que é um programa que contém aplicativos de desenho vectorial.

The quick brown fox jumps over the lazy dog, esta frase é um pangrama, frase que utiliza todas as letras do alfabeto. Utiliza-se para exibir e demonstrar como ficariam todas as letras numa impressão, desenvolvendo apenas uma frase.

Após a conclusão do um conjunto de caracteres, como as letras, pontuações básicos, símbolos, deve ser bem trabalhado, depois é feita a digitalização e traçados, para a criação de contornos de caracteres digitais.

A ter em conta também que o tipo de pontos, bem como o posicionamento e direcção, podem não ser optimizados para a melhor aparência ou função. Depois de adaptar de forma correcta os contornos de tipos digitais, os caracteres devem ser importados para um software de fonte especializado, como FontLab, Fontographer, para completar outras características de grande importância como definir o espaçamento, o *kerning* e o *hinting*. Nos dias que correm o software de referência é o Glyphs, havendo também o FontLab e o RoboFont. Em qualquer um destes programas, o espaçamento

inicial de uma fonte é definido determinando as *sidebearings* esquerda e direita de cada carácter. Definir os *sidebearings* seria simples se todos os caracteres tivessem a mesma largura ou o mesmo perfil básico, a verdade é que acontece exactamente o contrário, a maioria das fontes contém letras, números, símbolos e pontuação com larguras e formas muito diferentes, fazendo com que cada carácter precise de *sidebearings* personalizados que são apropriados à sua forma, largura e densidade exclusivas. O processo para encontrar duas letras em particular e ajustar as letras de forma apropriada é chamado de *kerning*. Kerning Pair, quando o *sidebearing* geral não é suficiente para um determinado espaço entre duas letras, como por exemplo o “V” + “A” é feito uma medida de excepção para esse mesmo par.

Tanto o espaçamento quanto o *kerning* podem ser definidos pelos softwares apresentados acima, contudo os valores gerados, deveram sempre ser usados como um guia inicial em vez de um resultado final. O espaçamento é um processo árduo que requer testes substanciais e ajuste precisos.

Em conjunto os tipos devem de estar com um espaçamento equilibrado, nem muito apertado nem muito solto. Configurações apertadas podem criar ilegibilidade, pois podem criar confusão na leitura.

Sidebearing. é a distância entre a forma da letra e os lados de uma caixa delimitadora imaginária.

Hinting é a última etapa na produção de uma fonte tipográfica. Em ecrãs digitais de baixa resolução, os contornos vectoriais dos tipos de tamanho pequeno são, por necessidade, drasticamente reduzidos a um pequeno número de pixels. Em alguns casos, o *hinting* pode até melhorar a aparência de traços e elementos diagonais que, de outra forma, pareceriam irregulares e “em degraus”.

Como o *hinting* é um procedimento altamente técnico que varia de acordo com o formato inicial que é gerado para Postscript, TrueType ou Open Type, muitos designers dependem muito do *hinting* automático proveniente nos softwares, apenas no caso dos caracteres mais problemáticos são feitos os ajustes de forma manual.

The quick brown fox jumps over the lazy dog
The quick brown fox jumps over the lazy dog
The quick brown fox jumps over the lazy dog

sem hinting

hinting automático

hinting automático e manual

Fig. 32 Imagem ilustrativa da importância do *hinting* na nitidez dos caracteres.

O *anti-aliasing* cria a aparência de curvas suaves no ecrã, alterando o brilho dos pixels ou sub-pixels ao longo de contornos da forma de cada letra. O Photoshop e outros pacotes de software permitem que os designers

seleccionem o anti-aliasing forte ou fraco. Quando exibido em tamanhos muito pequenos, o tipo com suavização forte pode parecer desfocado. Também aumenta o número de cores num arquivo de imagem.

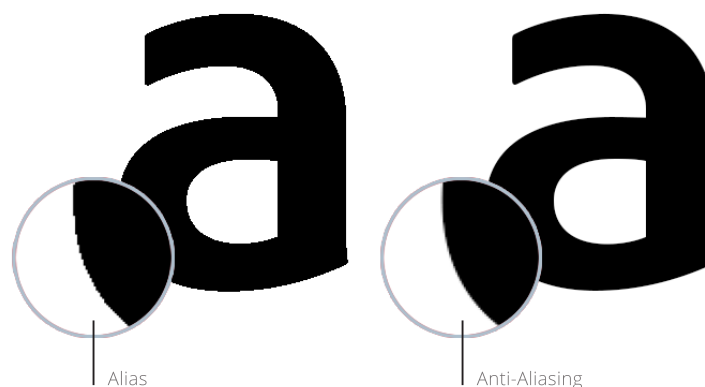


Fig. 33 Imagem ilustrativa do efeito de anti-aliasing.

Outro aspecto de grande relevância é a legibilidade. A legibilidade do texto no ecrã é afectada por diversas variáveis, nem todas sob o controlo do designer. Existem várias ferramentas disponíveis que podem fornecer ao ecrã do visualizador, uma visualização original do design de uma página web. O controlo da cor do texto e do plano de fundo são o problema mais importante, seguido de uma tentativa de direccionar a escolha do browser no tamanho e estilo do tipo de letra.

Legibilidade não é apenas uma função das formas de letras individuais, depende do rápido reconhecimento das formas feitas por grupos de caracteres.

2.5

Georgia e Verdana

Fontes criadas para ecrã

As clássicas Georgia e Verdana apresentavam um horizonte de opções limitado, mas não se pode dizer que não eram fontes flexíveis e consistentes, devidamente trabalhadas para o uso em ecrã.

Claro que nos dias de hoje, encontramos uma imensidão de fontes disponíveis, onde qualquer designer está livre de usar a fonte que quiser sem ter de testar no Windows e no Mac, cada vez há um esforço maior para criar tipos que se adequam a qualquer ecrã.

Verdana e Georgia, lançados em 1996 pela Microsoft, foram projectados especificamente para a web. Antes da ascensão da incorporação de fontes, essas estavam entre um grupo de tipos de letra que podiam ser usados com segurança online, as, na altura, denominadas “web safe fonts”.



Fig. 34 Matthew Carter.

O Verdana, foi desenhado para ser vista em ecrã. O Verdana tem uma grande altura x, curvas simples, formas abertas e espaçamento solto.

Georgia, é uma fonte serifada construída com traços robustos, curvas simples e espaçamento generoso. A Georgia é amplamente usada na web.

Georgia

• Georgia Regular

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

• Georgia Italic

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

• Georgia Bold

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

• Georgia Bold Italic

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Verdana

- Verdana Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789

- Verdana Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789

- Verdana Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789

- Verdana Bold Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789

2.6

Nos diferentes idiomas

Diferença dos caracteres nos diferentes idiomas.

A tipografia digital tem vindo há algum tempo seguindo uniformizações. No ano de 1987, iniciaram-se pesquisas de que forma é que os computadores poderiam expor de forma correcta caracteres de qualquer tipo de escrita de forma consistente.

Este critério é já corrente em fontes digitais para desktop, tal com as Web Fonts que também estão no mesmo caminho. Este critério é trabalhado de forma interna pelos sistemas operacionais, todavia é algo que deva ser acertadamente implementado pelos próprios designers de tipos

na composição do arquivo de fonte. A utilização dos Web Fonts dá ao designer a oportunidade de conservar a semelhança visual de textos com idiomas diferentes, essencialmente os caracteres não latinos como árabe e chinês, entre outros.

A utilização de uma Web Font não é essencial apenas para suporte de determinado idioma. É necessário usar pesos e/ou estilos diferentes no texto, colocando um negrito ou um itálico, contudo nem sempre famílias tipográficas possuem mais de um peso.

Falando no uso de negritos e itálicos, quando se afirma que um texto será negrito ou itálico, mas a família da fonte em uso, não dispõe desse peso ou estilo, o navegador irá forçar de alguma forma, criando ele mesmo os pesos desejados, isto irá resultar numa distorção dos tipos, o que pode concluir é algo muito descabido arruinando a fonte em causa. Devido à implementação de cada navegador, a renderização de um negrito pode ser mais forte num e mais suave noutro. De forma a controlar esta situação, o CSS3 possui a propriedade “font-synthesis”, que controla se essa distorção pode ou não ser feita pelo navegador.



Fig. 35 Temos aqui um exemplo da mesma família tipográfica com características semelhantes, nos alfabetos grego e o cirílico, onde se mantém proporções de largura e altura.

2.7.

Open Type

Recursos

O formato mais comum de fontes para desktop (isto é, fontes sem serem web fonts) é o OpenType. As vantagens deste ficheiro começam pela conformidade entre as diversas plataformas até ao suporte que engloba o set de caracteres com base no padrão *Unicode*. Com o OpenType, há a possibilidade de compreender caracteres de variados idiomas numa única fonte, sendo-lhe possível assegurar mais de 65 mil glifos e facilitando todo o processo de texto multi-lingue.

Unicode é um padrão que permite aos computadores representar e manipular, de forma consistente, texto de qualquer sistema de escrita existente.

Um simples arquivo de fonte pode conter vários glifos não-padrões, como os algarismos de estilo antigo, algarismos tabulares, versaletes, frações, caracteres caudais, superiores e inferiores, letras titulares, alternativas estilísticas e contextuais, uma ampla gama de ligaturas, símbolos e ornamentos. Os recursos OpenType permitem automatizar posicionamento ou substituição de glifos.

Fontshop international, 2012

Com esta possibilidade os navegadores exibem fontes OpenType, iniciam também a possibilidade de dar suporte aos recursos opentype.

A eficácia dos navegadores na mostra das fontes OpenType, alguns também já começam a dar suporte aos recursos do formato. A medida de controlo será feita através do CSS juntamente com a regra “@font-face”, já anteriormente falada.

Segue abaixo uma listagem de alguns recursos (adaptado de um artigo do Designer de Interface & Desenvolvedor Front-End, Tiago Porto):

VERSALETES, substituem as letras em caixa baixa por letras em caixa alta mantendo a altura das de caixa baixa.

SET DE ALGARISMOS, compreende os algarismos alinhados, algarismos que seguem as mesmas linhas de base e altura, e os algarismos de estilo antigo que possuem descendentes e ascendentes, mais bem utilizados no texto corrido, seguindo a proporção tabular, algarismos que possuem a mesma largura ou proporcional.

LIGATURAS, pares de letras, que podem ter um propósito estilístico ou histórico.

ALTERNATIVAS CONTEXTUAIS, as ligaturas são opcionais, porém, em alguns casos, dependendo da fonte ou língua, é necessário que o caractere seja substituído de acordo com sua posição ou caractere seguinte.

FRACÇÕES, set de caracteres básico em toda fonte possui as frações 1/4, 1/2 e 3/4. Com o OpenType é possível a criação de quantas frações forem necessárias.

KERNING, ajuste de espaçamento em pares de letras específicos, em parte, uma letra avança sobre o espaço de outra.

www.tiagoporto.com/blog/tag/tipografia-2/

2.8.

Optimização

Símbolos, ícones entre outros

O aperfeiçoamento da legibilidade, acessibilidade e usabilidade, são aspectos que levam a uma optimização de uma fonte. A organização de manchas de texto e imagens são questões que os profissionais têm vindo a melhorar desde os primeiros tempos da tipografia. Qualquer designer tem a oportunidade de utilizar uma boa fonte tipográfica, contudo, os bons profissionais trabalham o texto como uma parte importante da *interface*, e assim garantir uma boa leitura a maioria dos navegadores e plataformas, do uso suposto de entrelinhas, espaçamento entre letras, espaços em branco e de um bom contraste, tudo isto para ajudar na boa legibilidade de determinado conteúdo. Não se trata apenas de escolher uma fonte para certo trabalho, é necessário o bom uso do mesmo, outra questão, é que não é necessário uma diversidade de fontes para uma boa conclusão, esta boa conclusão, pode ser alcançada com uma única fonte.

Os dominar estes conhecimentos dos actuais recursos pelo designer, é dever do mesmo contribuir com estes conhecimentos aos desenvolvedores, os responsáveis pela codificação dos layouts, e assim ser-se aplicado correctamente os respectivos recursos. Por outro lado, poderá voltar a ser responsabilidade do designer, melhorar os programas para serem capazes de codificar o layout.

Interface, em ciência da computação, é a fronteira que define a forma de comunicação entre duas entidades

No meio digital, fontes digitais ou fontes de computador são arquivos digitais compostos por um set de caracteres (cada uma das letras, números e sinais que compõem uma fonte tipográfica) e glifos (forma particular dada a cada caractere, em que um caractere pode ter mais de um glifo) para renderização de texto. (MANIAN, 2009).

Com toda a evolução nesta temática da tipografia, e cada vez mais no que diz respeito às web fonts, a preocupação deixa de ser apenas o aspecto final na impressão, mas também o aspecto final em ecrã, isto devido à utilização de fontes específicas apenas para uso digital.

Por norma qualquer produto de design com um propósito a nível digital, precisa de funcionar em qualquer, ou numa grande maioria, de plataformas e dispositivos, sendo que cada um desses faz uma tradução vectorial

Dados **raster** são imagens que contêm a descrição de cada pixel, em oposição aos gráficos vectoriais.

da fonte em “raster” digitais de formas diversas, sendo que podem ser dispositivos móveis como computadores.

As fontes PostScript fazem com que o sistema operacional descubra qual a melhor forma de converter o contorno vectorial preciso de um carácter para o grid bruto do ecrã. Estas fontes apresentam boa forma em qualquer sistema em que estejam a ser exibidas, digamos que as fontes acompanham a evolução dos renderizadores.

Contrariamente, as fontes TrueType contêm procedimentos próprios para fazer a conversão do contorno para o rasterizador, dá-se a essas ditas instruções o nome de *hinting*.

Tipos de letra de bitmap são construídos a partir dos pixels que estruturam uma exibição no ecrã. Enquanto uma letra PostScript consiste num contorno de vector, um caractere de bitmap verdadeiro contém um número fixo de unidades rectilíneas que são exibidas como activadas ou desactivadas. Caracteres bitmap verdadeiros são usados em dispositivos como caixas registadoras e vários ecrãs de pequena escala.

A maioria dos tipos de letra de bitmap contemporâneos não são bitmaps verdadeiros. São desenhados como contornos numa grade e, de seguida, são produzidos como fontes PostScript, TrueType ou OpenType. Desta forma podem ser facilmente usados em qualquer software de layout padrão. Muitos designers gostam de explorar a geometria visível de caracteres pixelizados.



3.

Print vs Web

Diferença entre fontes para impressão e Web

Para habituais leitores não é visível, numa simples leitura, entender o que diferencia fontes para impressão, de desktop e para web, essa questão passa despercebido. Contudo, a verdade é que a forma como visualizamos e lemos um texto difere dos suportes, como o papel e o ecrã, são utilizadas características diferentes para que nos seja permitido uma fácil e boa leitura, em qualquer um desses suportes. Tanto a fonte para digital como para impresso, as fontes têm de ser de qualidade, para um, ou outro ou até ambos, daí haver fontes trabalhadas apenas para impressão, apenas para uso digital e até para ambas as finalidades. (empressthem.com/difference-between-web-fonts-and-desktop-fonts/)

Print

Fontes clássicas como Caslon, Baskerville e Bodoni, foram criados muito antes do aparecimento da era digital, trabalhadas apenas para uso na impressão de alta resolução. Estas fontes normalmente contêm espaços que são removidos dos caracteres, como cantos e outros detalhes, para que a tinta se espalhe sem exceder os limites da letra, tamanhos que seja legíveis e confortáveis à leitura, e claro, versões diferentes para corpo do texto e *display*.

Como tal, estes exemplos, foram pensadas para a resolução de problemas na impressão, mas no que diz respeito a visualização em ecrã, são bastante limitadas.

Display, é um tipo de letra que é destinado ao uso de tamanhos grandes para cabeçalhos, e não para textos extensos.

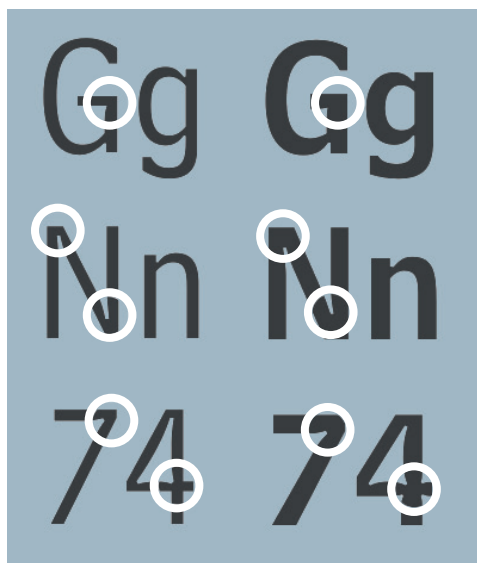


Fig. 36 Temos aqui um exemplo de armadilhas de tinta no Bell Centennial de Matthew Carter.

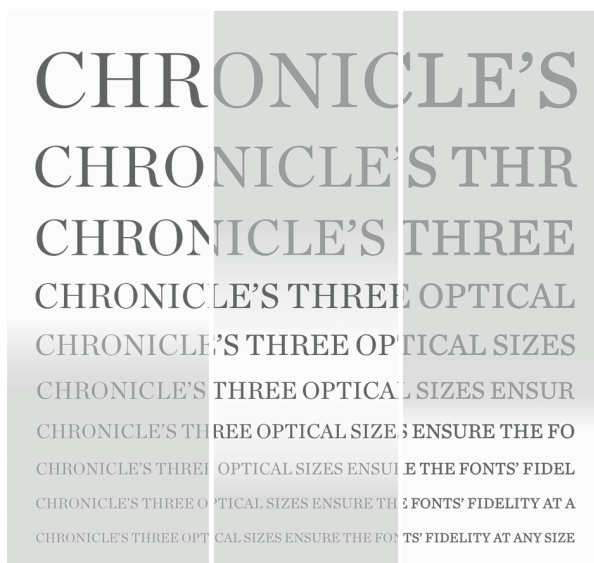


Fig. 37 Comparação dos tamanhos do tipo de letra

Web Fonts

Voltamos ao ponto principal, no caso destas fontes e, como já referido anteriormente, para a utilização de fontes na web são duas as opções possíveis, ou se usa uma fonte clássica em que depois esta é convertida para formato web, ou utilizamos uma que já está preparada para web.

Tendo sempre a noção de que quando a fonte é convertida, esta não quer dizer que fique otimizada, ou seja, a tal questão de que não irá dispor da clareza e da legibilidade perfeita, como uma que realmente foi desenhada/trabalhada para o uso no meio digital.

Estas apresentam proporções mais adequadas para a visualização em tamanhos menores, formas das letras mais amplas, traços mais finos, contrastes reduzidos, espaçamentos mais largos entre letras, tudo isto para um melhor desempenho dos dispositivos digitais.

Ao que diz respeito às fontes de desktop, não são usadas web fonts nos softwares de computador. Já na criação de uma página web, um site, as web fonts são o que faz com que o site renderize os textos numa fonte específica.

Fig. 38 Miller ficaria demasiado elaborado para ecrã, enquanto Georgia pode não ter tantos detalhes, de modo a ficar bem, num trabalho impresso. Imagem: Butterck's practical typography

Rocket Waxier Quad **GEORGIA**
Rocket Waxier Quad **MILLER**

Digamos que de modo geral do tamanho em pontos, para impressão deverá ser entre 10pt e 12pt, e para ecrã será entre 15 a 25 pixels.

Tal como referi, isto é de forma geral! O que significa que as fontes não são todas iguais a nível de dimensão, com os mesmos pontos/pixeis duas fontes podem parecer ter tamanhos completamente diferentes.

A quick fox jumps over the lazy dog

Arial 17pt

A quick fox jumps over the lazy dog

Verdana 17pt

Verificamos que ambas com os mesmos pontos, que Verdana aparenta ser um pouco maior que Arial

Quando falamos no tamanho correcto de uma fonte, para ecrã, temos de ter em consideração que um ecrã estará a uma distância um pouco maior do que um livro/revista, ou seja, a fonte poderá também ser um pouco maior do que de um trabalho impresso.

A nível do estilo de fontes para ecrã, será sempre uma boa escolha deixar as fontes serifadas para trabalhos impressos, e utilizar as não serifadas para o corpo de texto na web, evidente será dizer que não se trata de uma regra. Contudo há mais características que ajudam na escolha correcta de uma fonte, mesmo que esta não seja uma versão web font, características podem passar pela altura-x, ascendentes e descendentes reduzidos, que aumentam a legibilidade da fonte, mas mantendo as formas das letras, sem causar demasiado espaço, no contraste entre maiúsculas e minúsculas. Outra questão é a diminuição do contraste entre a linha da letra e as serifas, como serifas mais evidentes e linhas mais finas. Utilização de letras um pouco mais amplas e formas mais abertas, tornando as letras mais fáceis de identificar, devido a esses espaços em branco.

Tipografia

Times New Roman

Tipografia

Roboto

Ascendentes

Altura-x

Descendentes

Podemos assim comparar a diferença entre dois tipos de letra, uma serifada e outra não serifada. Diferenças entre a altura-x, entre os contrastes das linhas, os espaços em branco.

Generally the main differences seen in fonts designed for the web are the same as those designed for small optical sizes...

Dave Crossland

Após esta afirmação de Dave Crossland, falemos um pouco sobre as *Optical Sizes*. Quando ainda se imprimia documentos utilizando os tipos metálicos, cada tamanho de um tipo de letra era criado com ligeiras diferenças para que o caractere e a legibilidade do tipo de letra fosse mantido em todos os tamanhos. Vejamos que para tamanhos mais pequenos, de forma geral são criados com espaçamentos maiores, para melhor legibilidade, já em tamanhos maiores apresentam detalhes mais precisos com maior contraste nas linhas.

Referente aos caracteres digitais, temos a oportunidade de definir as dimensões das fonte para qualquer tamanho, embora que isto não queira dizer que seja obtida uma boa aparência.

A frase “one-size-fits-all” é um termo impróprio quando se trata de fontes digitais

<https://creativepro.com/typetalk-optical-and-size-specific-fonts/>

Designers de tipos de letra criaram famílias de tipos de letra digitais com versões com a finalidade de serem utilizadas em tamanhos diferentes, assim chegamos às optical sizes, ou seja, são destinados a serem utilizados/visualizados em tamanhos específicos.

É claro que varia de família para família, mas as famílias com optical sizes, normalmente apresentam duas ou mais opções para as seguintes:

- LEGENDA, para legibilidade entre 6pt e 8pt.
- TEXTO PEQUENO, para texto tamanhos pequenos de 8pt a 11pt.
- TEXTO (CORPO), para tamanhos ideais de leitura de 11pt a 14pt.
- SUBTÍTULO, para definir frases curtas entre 14pt a 24pt.
- DISPLAY (TÍTULOS), para definir cabeçalhos grandes acima de 24pt.
- POSTER, para texto em cartazes acima de 36pt.

<http://www.identifont.com/opticals.html>

O objectivo dos optical sizes é manter a integridade e a legibilidade de um design de tipo de letra numa variedade de tamanhos.

Optical sizes são encontrados de forma mais comum nos tipos de letras serifados, sendo que os detalhes de design precisam de mais ajustes em tamanhos diferentes. Tipografias com *optical sizes* geralmente têm versões de texto e *display*, bem como versões de tamanhos médios e, também versões para legenda.

The lazy fox jump over brown dog

Miller Text

The lazy fox jump over brown dog

Miller Display



Este exemplo, o Miller é um tipo de letra serifado, que foi lançado em 1997, o seu criador foi Matthew Carter.

As versões de uso da Miller são Miller Text e Miller Display de optical sizes para impressão de display, embora desde o seu lançamento tenha dado origem a várias variantes, incluindo Miller Daily, Miller Headline e Miller Banner. A família Miller é muito utilizada, em jornais e revistas.

Miller tem uma relação próxima com a família Georgia para a Microsoft, Carter estava a trabalhar na fonte Miller quando contactado pela Microsoft, embora os tenha colocado em modo de espera para trabalhar na Georgia, que é adaptada para exibição em ecrã. ([https://en.wikipedia.org/wiki/Miller_\(typeface\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Miller_(typeface)))

DAVE CROSSLAND

Dave Crossland é um designer de tipos, estudou e trabalhou para realizar o seu sonho de uma cultura irrestrita de comunicação gráfica. Iniciou o projecto do tipo “Cantarell” como estudante do MATD em 2009, que foi incluído no lançamento do Google Fonts e seleccionado como a família de tipos de interface de utilizador do desktop GNOME3.

Trabalha agora como consultor na equipa do Google Fonts.



Após o mestrado em Typeface Design, na Universidade de Reading, como foi o seu caminho até se especializar em *web fonts*?

D.C.: Durante os meus estudos de MATD, a “onda tsunami” de fontes da web, estava já a aumentar no horizonte, e especializei-me em fontes da web nesse momento.

Håkon Wium Lie, um dos principais autores de CSS nos anos 90, e CTO do Opera Browser por muitos anos, publicou um artigo a 28 de agosto de 2007 intitulado “CSS @ Ten: The Next Big Thing” no prestigioso e influente blog de web design ‘A List Apart (<https://alistapart.com/article/cssatten>). É feito o argumento de que todos os navegadores da Web devem implementar fontes da web. Ele faz a seguinte observação:

Os argumentos contra fontes da web são principalmente legais. Fontes são propriedade intelectual e, portanto, o argumento não pode ser publicado na web.

Esse artigo foi publicado na mesma época em que comecei os estudos de mestrado na Universidade de Reading, como um estudo “part-time” durante dois anos. Cerca de oito meses depois, participei do Libre Graphics Meeting (8 a 11 de maio de 2008) em Wrocław, Polónia. (https://en.wikipedia.org/wiki/Libre_Graphics_Meeting) ao qual Håkon participou, e apresentou a tecnologia para web fonts, e fez outra observação, bastante óbvia: Uma solução simples para os argumentos legais contra fontes sendo usadas na web era usar licenciamento livre.

Naquela época, estava já com algum avanço na escrita da minha dissertação de mestrado, que foi publicada a 15 de setembro de 2008 (http://davelab6.github.io/matd-dissertation/dave_crossland_matd2008_dissertation.pdf) e apenas 5 dias depois, Håkon apresentou no ATyPl, o evento internacional mais prestigiado de design de fontes (<http://www.wiumlie.no/2008/atypi/>) onde anotou,

Há um browser de envio (Safari), duas implementações experimentais de browsers (Opera e Firefox) e um conversor de Web-para-PDF-por-CSS (Prince).

E a linha final da minha dissertação antes do capítulo de conclusão propõe a ideia de um site como o Google Fonts:

Um site com este pode também tornar-se um local central para que os softwares de fontes livre sejam vinculadas usando a tecnologia de vinculação

de fontes da Web CSS3, já disponível em browsers de software livre como o Midori e o Safari da Apple.

O que aconteceu depois disso foi uma grande briga sobre se as web fonts deveriam estar em formato “Digital Restrictions Management” (“DRM”), que era extremamente controverso (<http://drm.info/index.pt.html>) e eu estava muito feliz por dizer que o lado anti-DRM ganhou.

Mas, infelizmente, quase 10 anos depois, o W3C mais amplo adotou o DRM para a web (<https://www.eff.org/deeplinks/2017/07/amid-unprecedented-controversy-w3c-greenlights-drm-web>), mas (até agora) não teve nenhum impacto nas web fonts.

Antes de frequentar o programa MATD e ver a chegada do “tsunami” das web fonts, especializei-me em “Art & Design” e “Socio-Linguistics” no ensino médio (dos 16 aos 18 anos) e na faculdade de artes local (18-19) antes de frequentar um programa de graduação em Design Gráfico na Ravensbourne College of Design & Communication em Londres, 2002 - 2006. Então trabalhei por 2 anos em part-time 2006 - 2008 como administrador de sistemas GNU+Linux para a BBC, no grupo “Backstage” do departamento de R&D.

Quando estive no ensino médio, comecei a usar o sistema Debian GNU+Linux, e aprendi muito sobre como os computadores funcionavam graças à transparência do software livre. Quando me mudei para Londres, fiquei frustrado com as restrições de software e fontes proprietárias não-livres. Em 2004, o meu colega em Ravensbourne, Ian Forrester e eu organizamos um dia de aula extra-curricular com Richard Stallman, Cory Doctorow e “Fravia”, todos os defensores da cultura livre. (<https://www.google.com/search?q=cubicgarden+copyright+vs+community>)

Depois de conhecer esses 3 palestrantes, considerei dedicar a minha carreira ao movimento de liberdade de software especificamente para design gráfico. Mas durante esses tempos, por volta de 2003-2005, também fiquei encantado com o design de fontes, principalmente graças aos excelentes eventos realizados na St Bride Foundation, na Fleet Street, em Londres.

Conheci lá o diretor do MATD, Gerry Leonidas, e os primeiros alunos do MATD, como Ben Kiel, que se formou em 2005 (<https://benkiel.com/educator>) e Victor Gaultney.

Gerry sugeriu que eu provavelmente seria aceito no programa MATD se

me inscreve-se, mas que também deveria explorar o meu outro interesse, na programação de layouts da página.

Recomendou que me encontrasse com Peter van Blokland, um designer holandês, fiz várias viagens à Holanda por isso, embora no final fiquei encantado com o design de fontes e não seguisse esse caminho. No entanto, Peter continuou a segui-lo, mais recentemente com seu projeto PageBot (<https://github.com/TypeNetwork/PageBot>).

Particpei no primeiro “Libre Graphics Meeting” em 2006, onde conheci Victor Gaultney e Nicolas Spalinger, os autores da Licença SIL Open Font, que havia sido publicada recentemente em novembro de 2005.

Depois do LGM e do encontro com o Raph, comprometi-me a dedicar a minha carreira ao movimento pela liberdade do software, trabalhando para democratizar e liberar a tipografia.

Achei que fosse uma combinação perfeita de cultura visual, lingüística e tecnológica; porque era apaixonado pelas três áreas, decidi que poderia ter o maior impacto na minha vida trabalhando para *free* fontes.

—

Como se tornou gerente do Programa de Tipografia do Google Fonts?

D.C.: Em 2005, Raph Levien propôs um “lugar central” do tipo que descrevi na minha dissertação no fórum Typophile (<http://www.typophile.com/node/16620> - now offline, but archives are available elsewhere). Eu conheci o Raph pessoalmente em 2006, alguns meses depois do primeiro LGM. Ele era um desenvolvedor de software livre bem conhecido - seguia os seus posts no Typophile e seu blog no Advogato (um serviço de blogging ao estilo *livejournal* que ele iniciou) e sabia que ele tinha iniciado a base de código que agora é conhecida como Inkscape.

Depois que Raph entrou para o Google em 2007, juntou-se à equipa por trás do que hoje é conhecido como Google Fonts e ajudou a juntar a colecção inicial de fontes livres que o produto lançou em 2010 - incluindo a Cantarell, que desenvolvi em 2009 como o meu projecto final para o MATD.

À medida que o uso do produto aumentava, a equipe precisava de um gerente de projeto para ajudar a aumentar o catálogo de fontes livres disponíveis. Raph convidou-me para trabalhar para o Google como contratado independente para atender a esta necessidade, e depois de uma entrevista no Google HQ em Silicon Valley em agosto de 2010 com os restantes fundadores do projeto (David Kuettel e Jeremie Lenfant-Engelmann) e o Gerente de Produto (David Wurtz), comecei a encomendar centenas de novas fontes livres.

—

Pode explicar as principais diferenças entre web fonts e desktop fonts?

D.C.: Geralmente, as principais diferenças observadas nas fontes projetadas para a web são as mesmas que aquelas projetadas para tamanhos ópticos pequenos; Livro de Tim Ahrens “Size-specific adjustments to type designs” (<https://justanotherfoundry.com/size-specific-adjustments-to-type-designs>) é um livro inteiro sobre este assunto: espaçamento mais amplo, menor contraste, altura-x maior, detalhes simplificados e assim por diante.

Talvez o par mais clássico de famílias para ver essas diferenças é Miller de Matthew Carter ([https://en.wikipedia.org/wiki/Miller_\(typeface\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Miller_(typeface))) e Georgia ([https://en.wikipedia.org/wiki/Georgia_\(typeface\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Georgia_(typeface))) já que o último foi feito para a experiência de leitura de web fonts em meados dos anos 90 da Microsoft.

Um exemplo totalmente diferente é o tipo de letra do Eurphoria Script, que foi financiado parcialmente via Kickstarter, e na página do KS há uma pequena discussão sobre as otimizações de fontes da web (<https://www.kickstarter.com/projects/typesenses/font-design-euphoria-script>).

—

Como decide as fontes que devem de estar disponível nas fontes do Google?

D.C.: O principal factor é se a fonte está disponível sob a licença SIL Open Font; e, em seguida, se for de qualidade razoável. (<https://github.com/google/fonts/blob/master/CONTRIBUTING.md>) lista todos os requisitos.

—

O que podemos esperar para o futuro em relação ao design de tipos?

D.C.: Acredito que a funcionalidade “Variable Fonts” na versão mais recente do OpenType v1.8 é muito empolgante, porque o Apple GX, o Adobe MM e outras tecnologias de variações das décadas de 1980 e 1990 foram abandonadas até 2016 quando o OT v1.8 foi anunciado. Tem sido um prazer trabalhar com David Berlow desde então na sua visão de “tipografia paramétrica”, que é demonstrada no tipo de letra Amstelvar (<https://github.com/TypeNetwork/Amstelvar>)

Embora esta citação da última página da minha dissertação de MATD tenha agora 14 anos de idade, eu ainda penso nela quando considero o futuro do design de tipos de letra:

A frase “democratização da tipografia” tornou-se comum, referindo-se à ampla disponibilidade das ferramentas de produção para o tipo e o design tipográfico. Pode-se aceitar isso com algum ceticismo: afinal, para a maioria, a geração e a produção dessas ferramentas ainda estão em grande parte nas mãos de poucas corporações - o movimento [liberdade do software] pode oferecer uma alternativa.... **As palavras de ordem permanecem: dúvida, crítica, razão, esperança ”.**

— Robin Kinross, Modern Typography (2004, Hyphen Press, p.182 - the final page.)

○ ○ ○

4. Melhores web fonts

As 5 melhores Web Fonts segundo Nick Carson.

Nick Carson é um estrategista de conteúdo, redactor de propaganda e ex-editor da Computer Arts. É também presidente dos juízes do Brand Impact Awards.

De seguida, serão apresentadas algumas das melhores web fonts, segundo Nick Carson, que terá apresentado a lista no mês de Agosto 2018.

Não podemos negar o facto de apesar de haver uma alargada opção de fontes on-line gratuitas, os melhores exemplos não são na sua grande maioria gratuitos, no entanto existem várias formas de as obter e licenciar, como os modelos de assinatura, como Typekit e Fontspring, que são possuidores de bibliotecas de fontes de muita qualidade que se tornam cada vez mais conhecidos por profissionais.

No entanto, as que quero aqui apresentar, são fontes que se encontram de forma gratuita, e que estão entre as melhores fontes gratuitas da web.

Sawarabi Mincho

The quick brown fox
jumps over the lazy dog

Regular

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

M+ 1p

The quick brown fox
jumps over the lazy dog

Thin

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789

Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789

Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789

Medium

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789

Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789

Extra Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789

Black

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789

Do Hyeon

Thequickbrownfox
jumpsoverthelazydog

Regular

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Palanquin

The quick brown fox
jumps over the lazy dog

Thin

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789

Extra Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789

Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789

Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789

Medium

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789

Semibold Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789

Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789

Dark Regular

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Dark Medium

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Dark Semibold

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Dark Bold

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Ostrich Sans

THE QUICK BROWN FOX
JUMPS OVER THE LAZY DOG

Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

0123456789

Medium

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

0123456789

Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

0123456789

Black

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

0123456789

Heavy

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

0123456789

5. Google web fonts

As 5 melhores web fonts Google

(www.awwwards.com)

Na época pela qual passamos, temos vindo a apercebermo-nos de uma vasta criatividade no que diz respeito ao que aqui tenho vindo a apresentar, tipografia na web. Acho que me é permitido afirmar, enquanto utilizadora e profissional, de que o Google Fonts, se apresenta como um recursos mais valiosos, e o porquê não tem apenas a ver com a qualidade/quantidade mas também por ser um recurso *free*, ou seja que a utilização destas fontes poderão ser utilizadas para os fins, que cada um desejar, portanto para uso pessoal ou comercial. Já que referi a palavra qualidade acima, deva-se dizer que as fontes da google ostentam aspectos que grande valor na tipografia móvel e para web, falo de legibilidade e a leituraabilidade.

A tipografia como elemento principal de design nas últimas tendências, significa que o Google Fonts é um recurso muitíssimo valioso. O sistema de interface e download é muito fácil e intuitivo, permitindo que se possa comparar todas as fontes e estilos disponíveis para satisfazer tanto cada gosto como cada propósito, tipografias mais exuberante, fontes com serifa ou sem serifa, estilos decorativos entre uma imensidão de outras características.

As melhores Google Web Fonts

Entre diversos factores, como aspecto estético, funcionalidade, famílias com muitos estilos e pesos, encontram-se fontes que são optimizadas para

interfaces, fontes para Web optimizadas da interface do usuário e outras que são especialmente legíveis em parágrafos, ou particularmente confortáveis para leitura em dispositivos móveis e legíveis em qualquer dispositivo, seja smartphone, desktop ou tablet.

Karla

The quick brown fox
jumps over the lazy dog

Regular

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Italic

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Bold

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Bold Italic

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Lora

The quick brown fox
jumps over the lazy dog

Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789

Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789

Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789

Bold Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789

Frank Ruhl Libre

The quick brown fox
jumps over the lazy dog

Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789

Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789

Medium

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789

Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789

Black

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789

Payfair Display

The quick brown fox
jumps over the lazy dog

Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789

Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789

Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789

Bold Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789

Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789

Black Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789

Archivo

The quick brown fox
jumps over the lazy dog

Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Medium

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Medium Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Semibold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Semibold Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Bold Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

ooo

Conclusão

Aspectos Finais

Na primeira parte deste documento, comecei a descrever a oportunidade, de ter participado na equipa UTD, estágio curricular. Uma integração espectacular com a equipa e a experiência profissional.

Foi neste estágio que trabalhei pela primeira vez em web design, e daí ter surgido o interesse no estudo e pesquisa na área escolhida para o tema deste relatório, Tipos na Web. Foi sem dúvida uma experiência gratificante e de grande aprendizagem, e o facto de estar a trabalhar em conjunto com os programadores, ajudou a compreender o processo de conversão e utilização de fontes para a Web.

As web fonts, trouxeram, de facto, uma melhoria a nível visual com o uso de qualquer família tipográfica e com os recursos que possibilitam uma melhor legibilidade e até conforto na leitura.

Tal como descrito acima designers e programadores desenvolvem juntos o projecto de um site, para que se chegue a um resultado final de qualidade, contudo a evolução dos ecrãs e dispositivos, em breve poderá nem ser necessário o trabalho mais manual como o controlo do hinting, e assim o designer poderá prestar menos importância às características da fonte, quando escolhida para finalidade web, terá uma melhor renderização, ocorrendo uma melhor legibilidade.

Os designers terão de acompanhar a evolução desta temática, para que possam melhorar os seus resultados, usando a tipografia como uma mais-valia, para a criação de um layouts, para páginas web, isto com cada vez mais clareza na comunicação com os utilizadores.

Sem esquecer que quando falamos da evolução dos dispositivos digitais, estes terão também de ter tipos de letra adequados aos mesmos.

Para além disso a grande conclusão sobre o que distingue uma webfont de uma fonte “normal” são as diferenças que se traduzem nas características do desenho dos tipos de letra, ou seja, espaçamento maior entre letras, contraste menor entre partes finas e espessas de uma letra, altura-x maior, e ter detalhes simplificados.

Penso que tenha conseguido atingir os meus objectivos, no que se trata a revelar este tema, *Web Fonts*, foi interessante estar a fazer pesquisas sobre o tema, e ler algumas coisas, que coincidiam com o que os meus colegas (da empresa onde estagiei) da parte da programação que me iam explicando. Concluo dizendo que este tema, estará longe de um fim, sendo que a tecnologia é também algo em constante evolução e mudança.



ooo

Referências Bibliográficas

Livros

CHENG, Karen. Designing Type. Laurence King Published Ltd: Londres, 2005.

JULIEN, Alec. Digital Fonts. Reino Unido: Thames & Hudson Ltd, 2012.

KANE, John. Manual da Tipografia. 2ª ed. Barcelona: Gustavo Gili, SL, 2014.

LUPTON, ELLEN. Thinking with Type. 2ª ed. Nova York: Princeton Architectural Press, 2010.

LUPTON, ELLEN. Tipos na Tela. São Paulo: Gustavo Gili, 2015.

MITCHELL, WIGHTMAN, Michael, Susan. Typographic Style Handbook. Londres: MacLehose Press, 2017.

PRING, Roger. www.type. Reino Unido: Cassel & Co, 2000.

ROSENDORF Theo, The Typographic Desk Reference, 2ª ed: New Castle Delaware: Oak Knoll Press, 2016.

PRING, Roger. www.colour. Reino Unido: Cassell & Co, 2000.

PATRICK, McNeil. The Web Designer's Idea Book. America: HOW Books, 20007

BEER, Günter. Web Design Index 3. Amesterdão: The Pepin Press, 2002

BEER, Günter. Web Design Index 4. Amesterdão: The Pepin Press, 2004

BEER, Günter. Web Design Index 5. Amesterdão: The Pepin Press, 2004

Web

http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/vista/detalle_articulo.php?id_articulo=5648&id_libro=1

www.tiagoporto.com/blog/a-potencializacao-tipografica-com-a-expansao-das-web-fonts-e-a-continua-responsabilidade-do-designer-de-interface-nesse-contexto/

<http://blog.alura.com.br/por-que-usar-web-safe-fonts-e-uma-boa-ideia/>

makeawebsitehub.com/best-safe-web-fonts-html-css/

arts-spark.com/fonts-web-vs-print/

www.canva.com/learn/print-vs-web/

www.muse-themes.com/blogs/news/print-vs-web

empressthem.com/difference-between-web-fonts-and-desktop-fonts/

blog.prototypr.io/what-to-watch-out-for-when-working-on-typography-for-print-and-web-3d754b87a3f4

www.easternstandard.com/blog/2016/03/web-vs-print-key-considerations-font-use

www.quora.com/What-is-the-difference-between-screen-and-print-font

fonts.google.com/

https://design.google/library/google-fonts/?utm_source=Google&utm_medium=Fonts&utm_campaign=Article%20Tab

<https://www.creativebloq.com/typography/free-web-fonts-1131610>

www.awwwards.com/20-best-web-fonts-from-google-web-fonts-and-font-face.html

<https://github.com/google/fonts/blob/master/CONTRIBUTING.md>

<https://websitesetup.org/web-safe-fonts-html-css/>

https://www.w3schools.com/CSSref/css_websafe_fonts.asp

Videos

Wake up & smell the fonts | Sarah Hyndman

<https://www.youtube.com/watch?v=OXc-VZ4Vwbo>

The power of typography | Mia Cinelli

https://www.youtube.com/watch?v=C_RzDqgGcao

The Evolution of a Font | Shiva Nallaperumal

<https://www.youtube.com/watch?v=0MUFEpXCKEc>

Web Fonts - The State of the Web

<https://www.youtube.com/watch?v=L0xEodybGFQ>

Typography Basics 4 | Desktop vs Web Fonts

<https://www.youtube.com/watch?v=11nM744QqE0>

ooo

Anexos

Respostas originais de Dave Crossland, às questões enviadas ao mesmo via email.

After your master in Typeface Design, at The University of Reading, how was your path until you specialized in web font?

D.C.: During my MATD studies, the web fonts tsunami wave was already swelling on the horizon, and I became specialized in web fonts as it happened.

Håkon Wium Lie, one of the key original authors of CSS in the 90s, and CTO of Opera Browser for many years, published an article on August 28 2007 titled “CSS @ Ten: The Next Big Thing” on the prestigious and influential web design blog ‘A List Apart’ (<https://alistapart.com/article/cssatten>). There is made the argument that all web browsers should implement web fonts. He makes the following observation:

The arguments against web fonts are mostly legal. Fonts are intellectual property and therefore, the argument goes, cannot be published on the web.

That article was published the same time that I started my Master’s studies at The University of Reading as a part-time study over 2 years. About 8 months later, I attended the Libre Graphics Meeting (May 8 - 11, 2008) in Wrocław, Poland (https://en.wikipedia.org/wiki/Libre_Graphics_Meeting) which Håkon attended, and he presented the web fonts technology, and made another observation, rather obvious: A simple solution to the legal arguments against fonts being used on the web was to use libre licensing.

By that time I was already deep into writing my Master's dissertation, which was published September 15 2008 (http://davelab6.github.io/matd-dissertation/dave_crossland_matd2008_dissertation.pdf) and just 5 days later Håkon presented at ATypI, the premium and most prestigious international typeface design community event (<http://www.wiumlie.no/2008/atypi/>) which noted,

There is one shipping browser (Safari), two experimental browser implementations (Opera and Firefox) and one web-to-PDF-by-way-of-CSS converter (Prince).

And the final line of my dissertation before the conclusion chapter proposes the idea of a website like Google Fonts:

Such a website might also become a central place for free software fonts to be linked from using the upcoming CSS3 web font linking technology, already available in free software browsers like Midori and Apple's Safari.

What happened after that was a huge fight about if web fonts should be in a "Digital Restrictions Management" ("DRM") format, which was hugely controversial (<http://drm.info/index.pt.html>) and I was very happy to say that the anti-DRM side won.

But sadly, nearly 10 years later, the wider W3C did adopt DRM for the web (<https://www.eff.org/deeplinks/2017/07/amid-unprecedented-controversy-w3c-greenlights-drm-web>) but (so far) that has not had any impact on web fonts.

Before I attended the MATD programme, and saw the web fonts tsunami coming, I had specialized in "Art & Design" and "Socio-Linguistics" at high school (from age 16 to 18) and at the local arts college (18-19) before attending a BA Graphic Design undergraduate degree programme at Ravensbourne College of Design & Communication in London, 2002 - 2006. I then worked for 2 years part time 2006 - 2008 as a GNU+Linux systems administrator for the BBC, in the R&D department's "Backstage" group. I've attached a resume from November 2005 with more details.

When I was in high school I began using the Debian GNU+Linux system, and I learned a great amount about how computers worked thanks to the transparency of libre software. When I moved to London, I became frustrated with the restrictions of proprietary non-libre software and fonts. In 2004, my colleague at Ravensbourne, Ian Forrester, and I organized an extra-curricular lecture day with Richard Stallman, Cory Doctorow, and "Fravia," all proponents of libre culture. (<https://www.google.com/search?q=cubicgarden+copyright+vs+community>)

After meeting those 3 speakers, I considered dedicating my career to the software freedom movement specifically for graphic design. But during those times, around 2003-2005, I also became enamored with typeface design, mainly thanks to the many excellent events held at the St Bride Foundation on Fleet Street in London.

I met the MATD director Gerry Leonidas there, and early MATD students such as Ben Kiel who graduated in 2005 (<https://benkiel.com/educator>) and Victor Gaultney. Gerry suggested I would likely be accepted into the

MATD programme if I applied, but that I should also explore my other interest, in programmatic page layout. He recommended that I meet with Petr van Blokland, a Dutch designer, and I made several trips to the Netherlands to do so, although ultimately I became enchanted with typeface design and did not pursue that path. However Petr has continued to follow it, most recently with his PageBot project today, <https://github.com/TypeNetwork/PageBot>

Then I attended the first Libre Graphics Meeting in 2006, where I met Victor Gaultney and Nicolas Spalinger, the authors of the SIL Open Font License, which had been published just recently in November 2005. So after the LGM and meeting Raph (see below) I made a commitment to myself that I would dedicate my career to the software freedom movement by working to democratize and liberate typography,

I found it to be a perfect combination of visual culture, linguistics, and technology; because I was passionate about all three areas, I decided that I could have the most impact in my life by working to free fonts.

—

And how did you become Typography Specialist Program Manager of Google Fonts?

D.C.: In 2005, Raph Levien had proposed a “central place” of the kind I described in my dissertation on the Typophile web forum (<http://www.typophile.com/node/16620> - now offline, but archives are available elsewhere). I met Raph in person in 2006, a couple of months after the first LGM. He was a well known libre software developer - I had followed his posts on Typophile and his blog on Advogato (a ‘livejournal’ style blogging service he initiated) and knew he had initiated the codebase that is now known as Inkscape.

After Raph joined Google in 2007, he joined the team behind what is now known as Google Fonts, and helped gather the initial collection of libre fonts that the product launched with in 2010 - including my Cantarell, which I developed in 2009 as my final practical project for the MATD.

As the product usage grew, the team needed a project manager to help grow the catalog of libre fonts available. Raph invited me to work for Google as an independent contractor to fulfill this need, and after an interview at the Google HQ in Silicon Valley in August 2010 with the rest of the project founders (David Kuettel and Jeremie Lenfant-Engelmann) and the Product Manager (David Wurtz), I began commissioning 100s of new libre fonts.

—

Can you explain the main differences between web fonts and desktop fonts?

D.C.: Generally the main differences seen in fonts designed for the web are the same as those designed for small optical sizes; Tim Ahrens’ book “Size-specific adjustments to type designs” (<https://justanotherfoundry.com/size-specific-adjustments-to-type-designs>) is a whole book about that subject: Wider spacing, lower contrast, taller x-height, simplified details, and so on.

Perhaps the most classic pair of families to see these differences is Matthew Carter's Miller ([https://en.wikipedia.org/wiki/Miller_\(typeface\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Miller_(typeface))) and Georgia ([https://en.wikipedia.org/wiki/Georgia_\(typeface\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Georgia_(typeface))) since the latter was made for Microsoft's mid-90s web fonts reading experience.

A totally different example is the Eurphoria Script typeface, that was funded partially via Kickstarter, and on the KS page there is a small discussion of the web font optimizations (<https://www.kickstarter.com/projects/typesenses/font-design-euphoria-script>)

—

• How do you decide which font should be available at Google fonts?

D.C.: The primary factor is if the font is available under the SIL Open Font License; and then if it is of reasonable quality. <https://github.com/google/fonts/blob/master/CONTRIBUTING.md> lists all the requirements.

—

• What can we expect for the future regarding typeface design?

D.C.: I believe the "Variable Fonts" functionality in the latest OpenType v1.8 version is very exciting, because the Apple GX, Adobe MM and other variations technologies from the 1980s and 1990s were abandoned until 2016 when OT v1.8 was announced. It has been a pleasure to work with David Berlow since then on his vision of "parametric typography," which is demonstrated in the typeface Amstelvar (<https://github.com/TypeNetwork/Amstelvar>)

While this quotation from the final page of my MATD dissertation is now 14 years old, I still often think of it when considering the future of typeface design:

The phrase 'democratization of typography' has become common, referring to the wide availability of the tools of production for type and typographic design. One may take this with some skepticism: after all, for the majority, the generation and production of these tools is still largely in the hands of a few corporations—thought the [software freedom] movement may provide an alternative. . . . **The watchwords remain: doubt, critique, reason, hope."**

— Robin Kinross, *Modern Typography* (2004, Hyphen Press, p.182 - the final page.)

David Crossland, MA

7 Highmoor Close, Corfe Mullen, Wimborne, Dorset, BH21 3PU, UK
 dave@understandinglimited.com +44-(0)1202-694467 +1-415-343-5226

I am a technical program manager with experience in design, technology, and business development. My leadership in the international typeface design community is widely recognized and I am regularly invited to share my expertise on open source fonts with companies and universities around the world.

Director, Understanding Limited, Wimborne, UK: September 2007 - Present

Understanding Limited is a British IT consultancy focused entirely on open source. I founded the company after completing my undergraduate degree to work with technologies that I am passionate about. My reputation has led several prestigious organizations to seek out the company's services:

8/2012 - Present	TUG	Founded the <i>Crafting Type</i> international font design workshop venture. Managed freelance software developers' contributions to the <i>FontForge</i> font editor, paid with the funds raised from the workshops. <i>TeX Users Group</i> is a 501c3 non-profit for users of Donald Knuth's TeX typesetting system and other open source typography technology.
9/2010 - Present	Google	Grew the <i>Google Fonts</i> collection from 20 to 600+ typeface families through complex negotiations with 150+ suppliers over 3 years. Founded and managed a variety of software development projects. Named on 3 patents, GP-10627-00-US, GP-10627-01-US, GP-10627-02-US.
1/2009 - Present	GNOME	Designed the typeface <i>Cantarell</i> for on-screen reading, which became the GNOME 3 desktop UI font and is seen on the web 4.5 million times a day.
5/2008 - 6/2009	ITV	Managed web application software development projects for <i>ITV Digital</i> .
1/2008 - 1/2009	BBC	Provided web API developers with UNIX systems administration, training, and intellectual property consultation within the <i>BBC Backstage</i> project.
9/2007 - 1/2008		Developed websites for local small businesses and helped them to reduce their IT costs with open source software.

Student Technician, Ravensbourne College, London, UK: August 2002 - July 2005

Ravensbourne is a premiere London design college, with graduates becoming leaders in product, fashion, interior, graphic and interaction design. During admissions, my talent for IT was recognized by the Graphic Design faculty and I was referred to the IT manager who offered me a role as a junior technician:

9/2003 - 7/2005	Developed distance learning pilot programme, including eLearning platform deployment and providing technical support to faculty.
9/2002 - 4/2003	Supported UNIX systems administration, including assisting the first Higher Education deployment of OS X with single-sign-on in Europe.
9/2002	Implemented real time video conferencing system for Interior and Fashion Design faculties' admissions exhibition in Tokyo.

Education

9/2007 - 7/2009	Pass	Master of Arts, Typeface Design, The University of Reading, UK
9/2002 - 7/2006	Distinction	Bachelor of Arts, Interaction Design, Ravensbourne College, UK
8/2001 - 7/2002	Pass	Foundation Diploma, Art and Design, Arts Institute at Bournemouth, UK

References available, willing to relocate

Currículo - Dave Crossland

Enviado pelo mesmo, junto com as respostas à entrevista.

Contribute to Google Fonts

New Families

If you would like to include a new font family in the Google Fonts collection, we'll be happy to include it if it meets the following criteria:

- The typeface design is original, or a legitimate revival of a design in the public domain, and of good quality. The Google Design team curates the overall Google Fonts collection and decides if fonts are of good quality. You can get general reviews of your project from the wider international type community during development by posting review requests in the [googlefonts-discuss](#) group, and the [typedrawers](#) review forum.
- The project is **wholly** licensed under the **SIL Open Font License v1.1**, and there are no proprietary/restricted-license versions available elsewhere
- The Open Font License does not have any Reserved Font Names (**why**)
- The font family name does not include any copyright holder names or registered trademarks, and no initials or abbreviations; it should be a simple and unique name, and a limited but easy way to test for uniqueness is [namecheck.fontdata.com](#)
- The project is developed on Github or similar, with complete corresponding sources, **open to public participation**, and actively maintained. Complete corresponding sources means that the fonts are available in your preferred form of modification, the files you actually use to develop the project, along with all the build instructions or scripts needed to reproduce the process of turning those source files into your released font binaries.
- All font files are available in TTF format, with hinting (such as with **ttfautohint**)
- All font files have at a minimum the 215 glyphs listed in our [latin_unique-glyphs.nam](#) file
- All font files within the family have the same Unicode character set (unencoded glyphs can differ)
- A **README.md** file is included in the root of the source repository, and inside of that file we can read about **FONTLOG** information, and your github usernames, so that we can prepare a description (**example**) and link your name to your profile.
- More detailed design and production details are listed in [github.com/googlefonts/gf-docs/ProjectChecklist.md](#)

